anno 24 n° 12 dicembre 2019

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

APPALTI & RISTORAZIONE
Nuovo stop per la Regione Sicilia

Pianeta pizza
CATENE A CONFRONTO

EQUIPMENT
Lavastoviglie: lo stato dell'arte

UNA RISTORAZIONE **al passo coi tempi**

"Quando parliamo dei cambiamenti che hanno rivoluzionato i nostri comportamenti, immediatamente pensiamo all'innovazione industriale e alla rivoluzione tecnologica e quasi sempre sottovalutiamo il ruolo che ha avuto sull'evoluzione dei costumi la trasformazione intervenuta nell'offerta di ristorazione. Eppure il nostro modo di vivere si è profondamente modificato anche a causa del diverso rapporto che si è instaurato tra il cittadino consumatore e il mondo del foodservice.

In Italia è noto che i consumi fuori casa ormai toccano il 36% del totale della spesa alimentare e sono in continua espansione; il fenomeno è testimoniato anche dall'impetuoso crescere delle catene di ristorazione favorito dall'interesse per il settore del mondo della finanza, con i venture capital alla costante ricerca dei marchi emergenti.

La trasformazione del comparto ristorativo, negli ultimi anni è stato supportato dal moltiplicarsi delle App mobili, dallo sviluppo dei pagamenti elettronici, dalla rapida crescita del mercato del food-delivery, tutte novità che hanno aumentato a dismisura le possibilità di interazione tra clientela e fornitore. Insomma, ci pare di poter concludere che, pur tra le tante difficoltà imposte dallo sfavorevole ciclo economico, la ristorazione sta vivendo ovunque una fase di affascinante cambiamento.

Spetterà poi alle capacità dei singoli imprenditori tradurre queste potenzialità in concreti affari."

DICEMBRE 2019

Rubriche

Ristorando

Anno 24 - numero 12 - Dicembre 2019

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina • Antonio Duva • Maurizio Formigoni • Georges Garcin • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Giovanni Lizzini • Antonio Montanari • Davide Moscuzza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Relazioni esterne: Ambrogio Montonati

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

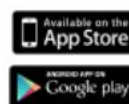
Traffico pubblicitario: Roberta Motta • roberta.motta@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: CPZ S.p.A. • Costa di Mezzate (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu

Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Ristorando
una rivista edita da:

EDIFIS S.p.A.
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

Ladisa
QUALITY ABOVE ALL
La grande ristorazione italiana
Vi auguriamo Buone Feste
ladisaristorazione.it

Chef Express rileva il 60% di Percassi F&B e ne sviluppa i marchi

VINCENZO CREMONINI, ad

Chef Express, società che gestisce le attività di ristorazione del **Gruppo** guidato da **Vincenzo Cremonini**, e **Percassi**, realtà specializzata nello sviluppo immobiliare e nella gestione di reti commerciali di importanti insegne nel mondo retail e food, hanno concluso un accordo per la creazione di **C&P Srl**, operatore di riferimento nell'offerta di ristorazione multi-brand. Obiettivo: lo sviluppo dei format f&b di Percassi (eccezion fatta per Starbucks, che nei giorni scorsi ha aperto il primo locale fuori Milano in quel di Torino) in centri commerciali, shopping mall, outlet e retail park, con una ventina di opening all'anno anche in siti in concessione. In base all'accordo, Chef Express ha rilevato il 60% della *Percassi Food&Beverage*, che viene rinominata C&P Srl, mentre il restante 40% rimane in mano a Percassi per il tramite di *Odissea Srl*. La nuova società gestirà 16 locali nei principali shopping mall e nei centri urbani italiani, con i marchi **Casa Maioli** (format di piadineria artigianale con 9 pdv all'attivo), **Caio Antica Pizza Romana** (5 pdv) e **Wagamama** (2 pdv), per un fatturato totale annuo superiore ai 10 milioni di euro.

Kalamaro Piadinaro apre ai Gigli di Firenze

Kalamaro Piadinaro, format specializzato nella piadina romagnola di **CIRFOOD Retail** arriva a Firenze, a Campi Bisenzio, all'interno del centro commerciale *I Gigli*. La piadina, simbolo dell'ospitalità romagnola che incontra la cucina di pesce, approda quindi nel capoluogo toscano con il terzo locale, dopo quelli di Riccione e Milano.
Dove il menu offre piadine speciali, piade&burger, secondi piatti a base di pesce e insalate sfiziose. Completano l'offerta i semifreddi in vasetto, prodotti dal laboratorio artigianale, per un'esperienza di gusto dolcemente gourmet.

Scuole: al via la gara per le mense di Messina

Il **Comune di Messina** ha pubblicato il bando di gara per il servizio mensa nelle scuole materne, elementari e medie nel biennio 2020-2021. I pasti da fornire saranno 418.000 al prezzo unitario di 5 euro soggetto a ribasso d'asta.
L'affidamento avverrà mediante procedura aperta e con utilizzo del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo. La procedura verrà espletata in modalità telematica mediante piattaforma di e-procurement.

Le aziende che intendono partecipare alla gara d'appalto dovranno dichiarare di aver prestato negli ultimi tre anni precedenti servizi di mensa scolastica per un importo complessivo non inferiore a quello dell'appalto, pari a2.085.820 euro.

Stoppani confermato per la quarta volta a capo della Fipe

LINO ENRICO STOPPANI, presidente Fipe

Poker alla guida della **Fipe** per **Lino Enrico Stoppani**: l'imprenditore milanese è stato confermato alla presidenza della Federazione dei Pubblici Esercizi per la quarta volta, nel corso di una un'assemblea estremamente partecipata: oltre il 90% degli aventi diritto era presente al rinnovo degli organi dell'organizzazione aderente al sistema **Confcommercio**, che rappresenta circa 300.000 imprese in un settore che sviluppa un valore aggiunto di 40 miliardi di euro e occupa oltre 1 milione di addetti.
La conferma di Stoppani per i prossimi 5 anni è avvenuta per acclamazione: una manifestazione di volontà forte e chiara che garantisce continuità a una gestione che nell'ultimo lustro ha ottenuto risultati importanti dal punto di vista sindacale, confermando la sua leadership nella rappresentanza del settore.
"Fipe ha avuto la grande responsabilità e il merito di firmare il primo contratto collettivo di lavoro riservato ai soli dipendenti dei pubblici esercizi, della ristorazione commerciale e collettiva e del turismo: il primo che ha introdotto il concetto di scambio tra produttività e salario, fondato sull'inderogabile principio che prima di redistribuire la ricchezza bisogna crearla", ha sottolineato il presidente nel corso del suo intervento. Nel quale ha poi segnalato problemi, criticità e aspettative del settore, trasferendo messaggi alle istituzioni per provvedimenti coerenti e responsabili, che considerino il grande valore economico e sociale dei pubblici esercizi italiani. In particolare, con riferimento a uno dei due ambiti principali dell'attività della federazione accanto al turismo, vale a dire la filiera agro-alimentare, Stoppani ha posta l'accento sull'importanza che all'attività di ristorazione venga riconosciuto un ruolo nella conservazione identitaria e nella produzione culturale.

Elior completa l'acquisto di Meridia

Elior ha concluso l'acquisizione del 100% di **Meridia**, società attraverso cui gestisce da anni la ristorazione nella cucina centrale di Novate Milanese.
La struttura prepara ogni giorno oltre 4.000 pasti per un centinaio di clienti: piccole-medie aziende dell'hinterland milanese, strutture sociosanitarie e scuole private e pubbliche. Tra le realtà servite, l'*ICS - International School di Milano*, il **Comune di Novate** e alcune aziende che hanno scelto il format "kitchenless" denominato Food360, studiato per garantire menu buoni ed equilibrati a chi lavora su turni, giorno e notte o per chi può fare pausa in orari non standard.
"Nelle nostre cucine centrali stiamo concentrando gli investimenti per sviluppare centri di eccellenza da cui far partire la ristorazione del futuro, combinando la dedizione quotidiana verso l'ambiente, la valorizzazione del capitale umano, il rispetto per le generazioni future e l'impegno sociale", così **Rosario Ambrosino**, amministratore delegato di Elior a commento dell'operazione. "Il tutto grazie alla collaborazione della Food Academy Elior, il nostro centro di ricerca, innovazione e formazione milanese".

Il whopper di BK in versione vegetale in 2.500 locali d'Europa

Il whopper diventa… ribelle: negli oltre 200 locali italiani di **Burger King**, e in 2.500 in 25 paesi europei, è arrivato l'hamburger vegetale. Si tratta del più grande lancio di un nuovo prodotto mai realizzato dal gigante Usa del fast food.
Il Rebel Whopper nasce dalla partnership con *The Vegetarian Butcher*, azienda dei Paesi Bassi specializzata nella produzione di carni vegetali, da un anno parte della multinazionale anglo-olandese *Unilever*, colosso dell'alimentare titolare di 400 marchi tra i più diffusi nel campo f&b.
Dopo il successo riscontrato dalla versione cruelty free del whopper negli Usa e in Svezia, l'ultimo nato in casa Burger King consiste in una polpetta di origine vegetale cotta come sempre alla griglia, accompagnata da pomodori e lattuga fresca, maionese, ketchup, cetriolini croccanti e cipolle racchiusi in un morbido pane al sesamo.
Dal contenuto calorico non dissimile da quello della versione classica del panino icona di BK, il Rebel whopper, che come ha sottolineato l'Ad di Burger King Italia **Andrea Valota**, va incontro ai nuovi trend di mercato, è pure offerto a un costo in linea con quello del fratello maggiore, 4,80 euro.

ANDREA VALOTA, ad di Burger King Italia

Al CC Curno la nuova food hall con 17 ristoranti

Un nuovo spazio food presso il CC Curno: la nuova struttura, le *Cucine di Curno*, sormontata da una grande cupola alta 17 metri, presenta un'ampia varietà di ristoranti che arricchiscono l'offerta f&b nel segno della qualità: 17 i nuovi punti ristoro. Tra i marchi presenti, *Alice Pizza, Chiquita–Capatoast, Cioccolati Italiani* (gestito da **Sirio**), *Dispensa Emilia, Doppio Malto, Fram ristorante di pesce, Fritto Divino, Johnny Rockets, Kfc, La Piadineria, Ma`s Mexico, Old Wild West, Rossopomodoro e Signorvino*. Infine, spicca il locale a insegna Mainardi Bakery: firmato e gestito dallo chef **Andrea Mainardi**, testimonial e brand ambassador della food hall del Curno Shopping Center, che, ubicato nell'omonimo comune bergamasco, ha un alto posizionamento con Rating AA, con oltre 6 milioni di passaggi annui, si estende su una superficie di circa 36.300 mq, e conta su 63 punti vendita e un supermercato a insegna Auchan.

Cinesi a scuola di collettiva da Felsinea

Dieci imprese cinesi, leader del settore della ristorazione collettiva, hanno visitato il territorio di **Calderara di Reno**, in provincia di Bologna, allo scoperta di come funziona il modello ristorativo della zona. Concentrandosi in particolare sul settore Horeca (hotel, ristoranti, catering) e cercando di carpire i segreti della pausa pranzo italiana, ed emiliana in particolare, i 22 imprenditori della Repubblica Popolare, accolti dal sindaco **Giampiero Falzone** alla Casa della Cultura Italo Calvino, sono stati ospiti per tutta la giornata della **Felsinea Ristorazione**, fiore all'occhiello della frazione Bargellino, attiva nel mondo del foodservice con 40mila pasti erogati ogni giorno, che l'azienda specializzata nella collettiva serve anche a diverse delle 340 aziende con sede nel territorio comunale, di cui oltre 40 a carattere nazionale e internazionale.

Luca Guelfi battezza Oyster bar a Milano

Dopo il Messico con Canteen, il Vietnam con Saigon e la Tokyo futurista con Shimokita, Luca Guelfi Company ha tagliato il nastro a un altro angolo culinario internazionale a Milano: si chiama **Oyster bar**, ed è collocato in via Archimede, zona Dateo.
Ispirato ai mitici chioschi di ostriche e frutti di mare delle regioni francesi di Normandia e Bretagna, il nuovo locale porta all'ombra della Madonnina un concept inedito: uno spazio raccolto e accogliente in cui si mangia e beve seduti rilassati su informali sgabelli attorno a un banco ad isola.
Aperto dalle 12 alle 15 e dalle 19 a mezzanotte, sette giorni su sette, Oyster bar accoglie i suoi ospiti per un aperitivo, una cena o un dopocena, offrendo un'esperienza originale e gustosamente informale. Dalla prima opening del 1994, il **Julien Cafe** di Milano, è il 23° taglio nastro della società di Luca Guelfi (presente anche in Usa, America Latina e Spagna), il 13° nella città dove tutto è cominciato.

Anche i vip mangiano: Zanetti, Del Piero… Ebbasta

Calcio e musica: ce n'è per tutti i gusti all'ombra della Madonnina, dove vecchie glorie (dello sport più amato) e nuovi idoli della trap (la musica più in auge tra i teenager, sic) vedono con tutta evidenza nel food un campo o se si preferisce un palcoscenico per nuovi business.
Si chiama **El Patio del Gaucho** il terzo ristorante aperto a Milano dall'ex capitano (oggi vicepresidente) dell'*Inter* (e del Triplete, Ad 2010) **Javier Zanetti**. Collocato all'interno del rinnovato *Hotel Sheraton Milano San Siro* il locale propone fondamentalmente cucina argentina tradizionale di qualità, con la carne pregiata come punto di forza. A guidare la brigata di cucina l'executive chef siciliano **Luca Nania**.
Anche l'ex numero 10 della Juventus ha scelto la città del tifo rossoneroazzurro per esordire nella ristorazione in Italia: **Alessandro Del Piero** ha aperto **N10** in zona Porta Nuova, manco a farlo apposta al civico 10 di via Monte Grappa.
Offerta culinaria curata dallo chef **Corrado Michelazzo**, il ristorante (il secondo per l'ex capitano della Vecchia Signora dopo quello di Los Angeles) si sviluppa su due piani: sotto il bar con l'area *Bocconi* con cucina a vista e sopra la pizza.
Dulcis in fundo, il trapper neo giudice di *X Factor* **Sfera Ebbasta**, al secolo **Gionata Boschetti**, insieme al socio e amico **Andrea Petagna**, hanno tenuto a battesimo il loro primo fast food a insegna **Healthy Color** in via della Moscova.
Poke hawaiani, açai bowl, tartare di pesce e di carne, avocado ripieni, insalate, smoothie bowl e pancake il cuore dell'offerta del locale, che è 100% alcol free ed eco-friendly.

Cirio e Camst inaugurano il nuovo Bioindustry Park

Cirio ha inaugurato il nuovo ristorante e centro servizi aziendale al *Bioindustry Park* di Colleretto Giacosa, in provincia di Torino. Si tratta di una struttura dinamica e modulare di oltre 1.000 mq che, oltre alla parte ristorativa gestita in collaborazione con **camst**, ospiterà un insieme di iniziative rivolte al personale delle imprese insediate in un'ottica di welfare aziendale. A questo si aggiungerà un dehor, che sarà inaugurato nella stagione estiva, e un ulteriore spazio di oltre 600 metri quadri dedicato a progetti futuri e alle attività sportive e di svago. Collocato nel rinnovato Park a fronte di una spesa di 1,2 milioni di euro, il nuovo ristorante aziendale serve più di 500 pasti al giorno grazie al lavoro quotidiano di oltre 12 addetti. In accoppiata con il centro servizi, la struttura offre anche l'opportunità di ospitare nuove realtà all'interno del Parco, una realtà sviluppata su oltre 70mila mq, 24 mila dei quali adibiti a laboratori, uffici e impianti pilota, che ospita oltre 40 organizzazioni tra grandi aziende multinazionali, piccole e medie imprese, start up e centri di ricerca per un totale di oltre 550 risorse impegnate.

Hunziker porta Panino Giusto in Svizzera

Il panino – come il fratello – è giusto. Lo svizzero **Harold Hunziker**, la cui ben più nota sorella è nientepopodimeno che la presentatrice Michelle, ha aperto a Ginevra il primo locale dell'insegna italiana **Panino Giusto** della Confederazione.

HAROLD HUNZIKER CON LA SORELLA MICHELLE

"Non stiamo quasi mai insieme! I miei followers credo che non ti abbiano quasi mai visto!", ha commentato la showgirl nelle sue Instagram Stories, raccogliendo migliaia di adesioni per il – e facendo indiscutibilmente una gran pubblicità al – "fratellone". Dopo 27 anni passati in Italia dove ha lavorato a lungo in McDonald's, Harold è tornato nella madrepatria per lanciarsi in una impresa nuova, che, come ha auspicato la famosa consanguinea: "Speriamo sia un'avventura che vada ben oltre Ginevra".
E con l'aiuto delle sue seguitissime "storie" (e magari non solo di quelle…), il successo è garantito.

Vivenda rinnova il centro cottura di Tavernerio (Co)

A fronte di un investimento da 200mila euro, **Vivenda**, la società del **Gruppo La Cascina** che ha in gestione il servizio di ristorazione scolastica nel **Comune di Tavernerio**, in provincia di Como, ha rinnovato il centro cottura delle mense scolastiche del territorio. Moderna, ecosostenibile, verde e biologica, la struttura, che dopo i lavori ha triplicato le dimensioni arrivando a 120 mq, è ora all'avanguardia. Al suo interno è stato anche ricavato uno spazio per un nuovo ufficio dedicato agli ordini, alla gestione delle diete speciali e delle prenotazioni. In più è stata allestita un'area per lo stoccaggio delle materie prime e degli alimenti, sono state predisposte due zone per la lavorazione della frutta, della verdura e delle carni come arrosti, polli e tacchini. Prestando attenzione ai principi dell'ecosostenibilità, si è deciso di investire in nuovi macchinari con un duplice obiettivo: migliorare i tempi di lavorazione e abbattere i consumi di acqua ed energia.

Illuminazione a led, muri e pareti realizzati con prodotti "greenbuilding" e un impianto degrassatore completano l'opera.

Pellegrini: fatturato oltre 630 milioni di euro nel 2019

Alla fine dell'anno, il **Gruppo Pellegrini** arriverà a 630 milioni di euro di fatturato, contro i 590 del 2018.

Prosegue spedita la crescita del colosso milanese fondato nel 1965 e guidato ancora oggi da Ernesto Pellegrini, articolato nella **Pellegrini SpA**, attiva in Italia, e nella **Pellegrini Catering Overseas SA**, cui fanno capo gli appalti oltreconfine.

La crescita registrata quest'anno è da riferire in particolare ai 60 nuovi appalti acquisiti, per un valore di oltre 68 milioni di euro, che hanno fatto lievitare il fatturato del ramo italiano del Gruppo fino a 600 milioni di euro. Tutto questo grazie alla collaborazione di oltre 9.000 dipendenti che, al ritmo 200mila al giorno, servono oltre 42 milioni di pasti in oltre 500 mense gestite.

Se dalla ristorazione la Pellegrini ricava il 40% del suo fatturato, cresce anche il peso delle Welfare solutions, con oltre 55 milioni di voucher emessi nel 2019. Da citare a riguardo la collaborazione siglata in questi giorni con la piattaforma di food delivery **Offlunch.com**, i cui utilizzatori a Roma e Milano potranno ordinare il pranzo in ufficio con un semplice click utilizzando i buoni pasto elettronici Pellegrini per effettuare il pagamento. Le altre tre divisioni dell'azienda milanese sono Pulizie e servizi integrati, Vending e Fornitura derrate alimentari. In quest'ultimo ambito, da sottolineare l'importanza di *Central Food*, piattaforma integrata di stoccaggio, lavorazione della carne, analisi delle derrate e sede dell'*Accademia Pellegrini*. Collocato a Peschiera Borromeo (MI), sono previsti nuovi investimenti nel 2020 per l'ulteriore sviluppo dello stabilimento. Anche a Pomezia, in provincia di Roma, è attiva una struttura simile.

Sorbillo porta la pizza di Napoli a Miami (con Costa Group)

Il pizzaiolo napoletano **Gino Sorbillo** è sbarcato Oltreoceano, precisamente a Miami, con una pizzeria a... numero chiuso. Essì perché il locale servirà ogni giorno un massimo di 250 pizze.
Aperto in una zona esclusiva della città della Florida, al numero 100 di Collins Avenue, quando viene raggiunto il numero delle pizze previsto, la saracinesca si abbassa, a prescindere dalla richiesta dei clienti.
Perché anche una pizza, realizzata rigorosamente con ingredienti campani, secondo il celebre pizzaiolo è come un'opera d'arte: una esecuzione artigianale preziosa, desiderata e limitata.
Ambasciatore dei sapori italiani nel mondo, dopo i pdv a Tokyo e Miami Beach che hanno fatto lievitare a 13 i ristoranti aperti, Sorbillo ha una serie di nuove aperture in vista nel 2020: tutte in partnership con **Costa Group**, l'azienda italiana specializzata in progettazione e arredamento di locali nel settore del food entertainment, forte di 6mila realizzazioni nel mondo a un ritmo di 25 nuove location al mese.
Sulla scia del successo internazionale di tutto ciò che è italiano in tavola, lo studio di progettazione ligure ha modernizzato il locale americano con dettagli pop, ma senza trascurare i richiami all'italianità, ricorrenti in tutti i locali Sorbillo all'estero.

L'evoluzione della brand idenity: Camst rifà logo e sito

Una nuova immagine, ispirata alla diversificazione delle attività e alla dimensione internazionale: il **Gruppo Camst**, azienda italiana del settore della ristorazione e dei facility services con un fatturato di 784 milioni di euro e oltre 15mila dipendenti, rinnova il proprio brand con un nuovo logo e un restyling del sito. "Il Gruppo ha conosciuto negli ultimi anni una crescita importante e una diversificazione dei servizi: la nuova brand identity è stata la conseguenza naturale di questa evoluzione" ha detto il presidente **Francesco Malaguti**.
Disegnato dall'agenzia *DLV BBDO*, nel nuovo logo rimane lo storico rosso per il nome dell'azienda mentre i due punti, new entry distintivi, sono uno giallo e uno blu.
Declinato nei diversi sub brand (realizzati nell'ottica della diversificazione dei servizi offerti dal gruppo), per i servizi integrati il blu esprime professionalità e infonde sicurezza mentre per la ristorazione il giallo esprime energia, calore e vicinanza.
Nell'operazione di rinnovo della brand identity rientra anche il rifacimento del sito dell'azienda, già online (camstgroup.com).

Ci vogliono 80 euro al mese per far mangiare un figlio a scuola

Ammonta a poco più di 80 euro a livello nazionale il costo mensile per ogni famiglia italiana per far mangiare i figli a scuola. È quanto emerge da un'analisi di **Cittadinanzattiva onlus** che ha preso in esame le tariffe di tutti i 110 capoluoghi di provincia, sia per la scuola dell'infanzia che per la primaria.
Più precisamente, l'esborso sostenuto per la mensa scolastica nell'anno in corso 2019/2020 da una famiglia media italiana, con reddito Isee di 19.900 euro e un bimbo alla scuola primaria, è di 83 euro. Poco meno (82 euro) il costo della mensa nella scuola dell'infanzia. Il Nord d'Italia si conferma l'area geografica con le tariffe più elevate: in media 842 euro per nove mesi di mensa nella scuola primaria, e 841 in quella dell'infanzia; segue il Centro, 724 euro nella primaria e 704 euro nell'infanzia; più contenute le cifre al Sud, con 644 euro nella primaria e 632 nell'infanzia. L'Emilia Romagna è la regione più cara, con una spesa media mensile di 106 nella primaria e 105 euro nell'infanzia; la Puglia quella più economica con 65 sia nella primaria che nell'infanzia. Rispetto all'anno precedente, la variazione è stata dello 0,81% a livello nazionale, con l'incremento record del 9,79% registrato in Calabria e una contrazione del 6,41% in Sardegna per la scuola primaria. Tariffa invariata in Basilicata, Umbria e Valle d'Aosta.

Nuovo appalto per i pasti dell'USL della Valle d'Aosta

Gestita dall'aprile 2012 dalla società **Vivenda** per un periodo di 6 anni, è stata prorogata come da previsione contrattuale per altri 3, fino ai 31 marzo 2021, la commessa per la fornitura dei pasti per degenti e personale dell'**Azienda USL della Val d'Aosta**.

Nel piano gare 2020/2021 è altresì previsto l'indizione del contest relativo al servizio di ristorazione degenti e dipendenti nel corso del 2020, che decorrerà dopo quella data.

Il nuovo bando conterrà i "Criteri ambientali minimi per il servizio di ristorazione collettiva e la fornitura di derrate alimentari', nonché tutti i criteri ambientali minimi eventualmente applicabili: imballaggi di carta; utilizzo del confezionamento dei pasti in ceramica sia per i pazienti che i dipendenti, nonché l'inserimento di prodotti a filiera corta o chilometri zero per attivare percorsi di salvaguardia dell'ambiente e a sostegno dell'economia locale.

A Torino dimezzato il numero dei "panini da casa" in mensa

Mentre con la IV Indagine di **Cittadinanzattiva** si scopre che, con 132 euro al mese, contro gli 82 della media nazionale, è il pasto negli asili di **Torino** il più caro tra tutti i capoluoghi d'Italia (nella primaria si scende a 92 contro la media italiana di 83), la sentenza della **Corte di Cassazione** che ha stabilito che il cosiddetto "panino da casa" non è un diritto ha già dimezzato il fenomeno, proprio laddove nel 2016, per effetto di una sentenza della Corte d'appello di Torino, era cominciato. Dopo la sentenza 20504 dell'estate scorsa, è crollato infatti da oltre 9mila a circa 4.400 il numero dei bambini che porta il pasto da casa nelle scuole del capoluogo piemontese. Secondo l'assessora all'Istruzione del Comune, **Antonietta Di Martino**, il ritorno in mensa di molti è legato non tanto alla decisione della Suprema corte ma alla corretta informazione alle famiglie e alla riduzione della quota pasto del 33% per la fascia più alta, e via via a scalare per le altre.

Non solo stelle: Fipe e la guida Michelin

Congratulandosi con tutti i ristoratori italiani insigniti dell'ambita (o delle ambite) stelle *Michelin* in occasione dell'ultima edizione della nota guida francese (già, francese…), la **Fipe** si congratula "con i premiati, testimonianza della forza di tutta la ristorazione nazionale, riconosciuta a livello internazionale per la sua capacità di innovare ma anche di valorizzare le materie prime e il territorio". E, tuttavia, la federazione che rappresenta 110mila pubblici esercizi che sviluppano un volume d'affari di 30 miliardi di euro all'anno, sottolinea come la guida "non sia sufficiente a rappresentare tutta l'eccellenza e la ricchezza di un settore. Una considerazione, quest'ultima, che facciamo anche alla luce di alcuni movimenti interni alla guida che suscitano più di una perplessità relativamente al declassamento di alcune consolidate eccellenze della ristorazione italiana". La Federazione, sempre nella nota a commento della pubblicazione della Guida 2020, colcude sostenendo che "il superamento del binomio 'locale – chef patron', che nell'edizione di quest'anno risulta ulteriormente consolidato, debba spingere tutti ad una profonda riflessione sul futuro della ristorazione italiana di qualità".

Sodexo chiude l'anno con utili in crescita a 665 mln

Oltre agli utili, arrivati a 665 milioni di euro, crescono del 3,6% anche i ricavi di **Sodexo**, attestati a quasi 22 miliardi di euro.

Brilla alla borsa di Parigi il titolo del colosso francese del foodservice e dei servizi alle imprese, dopo la presentazione dei numeri relativi all'intero anno fiscale 2019.

A fronte di entrate pari a 21,95 miliardi di euro, in aumento rispetto ai 20,41 miliardi di euro dell'anno precedente, la società ha proposto un dividendo di 2,90 euro per azione, in aumento rispetto a 2,75 euro del 2018.

Presente in Italia sin dal 1974, Sodexo, attraverso le sue divisioni specializzate, offre servizi dedicati ad aziende, scuole, sanità e senior, grazie ai suoi 10.600 collaboratori che operano in 1.500 punti servizio. Sodexo offre anche servizi di Benefits and Rewards (*Pass Lunch, Pass Incentive, Pass Mobility, Pass Health*, ecc.) ad oltre 617.500 beneficiari.

Apre a Milano il primo Glover Center

La forza del delivery è sotto gli occhi di tutti: sfrecciano (a volte anche pericolosamente...) in sempre più città i fattorini delle app di consegna di cibo (e non solo), e non è raro vedere angoli urbani dove, muniti di biciclette e strumenti per il trasporto, attendono i nuovi ordini sempre più numerosi. Ecco perché una delle piattaforme più estese, la spagnola **Glovo**, presente in 90 piazze del Belpaese, ha deciso di creare a Milano, la città dove ha il maggior traffico in Italia, un centro polifunzionale, punto di ritrovo e spazio di condivisione per gli oltre 1.600 rider attivi sulla in città. Situato in viale Ercole Marelli – 250 mq suddivisi tra sportello rider, aule di formazione, officina attrezzata e area ricreativa – il centro nasce con l'obiettivo di fornire ai rider supporti e servizi (per caricare il cellulare, sostituire gli zaini, incontrarsi con un amico o semplicemente fare un pitstop) ma anche di rafforzarne il senso di comunità, potendosi altresì confrontare con l'azienda. Una necessità resa più forte dalla crescita che ha registrato in Italia (ordini su del 135% da gennaio 2019 ad oggi, +300% le consegne per la cena e +250% quelle a pranzo rispetto ai primi 6 mesi del 2018) dove il food delivery è il primo comparto del mercato online, con un fatturato di 566 milioni di euro. Oggi il 93% delle città italiane con popolazione superiore ai 50mila abitanti è coperto da servizi di consegna a domicilio (era solo il 74% nel 2017) e circa un abitante su due (47%) può ordinare online piatti pronti, contro il 33% del 2017.

Starbucks arriva a Torino (e nei mall)

Dopo Milano è la volta di Torino: **Starbucks** ha tagliato il nastro alla prima location nel capoluogo Piemontese, il 9° pdv in Italia del marchio con la sirena verde, tutti aperti da **Percassi**, partner licenziatario unico per il Belpaese. Il nuovo locale si sviluppa su una superficie totale di 540mq suddivisi su due piani per circa 150 posti a sedere. Prossimamente sarà aperto anche il dehors esterno per accogliere ancora più clienti. Caratterizzato da un layout che si adatta al contesto e al luogo, nonostante il design unico, anche la location torinese si propone alla clientela come "third place", un ambiente nel quale sentirsi a proprio agio come lavoro tra lavoro e casa, dove è possibile studiare, incontrare gli amici o semplicemente concedersi un momento della giornata per rilassarsi davanti a una tazza calda di caffè. L'esordio fuori dal capoluogo lombardo arriva dopo quello in un nuovo canale: oltre ai quartieri e alle stazioni, infatti, il re del frappuccino è approdato nel CC Milanofiori di Assago (MI), uno sviluppo utile a far conoscere e apprezzare sempre di più i caffè e i prodotti della creatura di **Howard Schultz**.

Euroristorazione: 1 centro cottura e 15 nuovi dipendenti

Una capacità produttiva di oltre 20mila pasti al giorno, che ne farà uno dei centri più produttivi a livello nazionale per la ristorazione ospedaliera e scolastica, e 15 neo assunti: ecco i numeri salienti del centro cottura che **Euroristorazione** sta realizzando a Grugliasco, Torino. L'ampliamento della struttura ha portato infatti alla sottoscrizione di un protocollo d'intesa tra il **Comune di Grugliasco**, l'*Agenzia Piemonte Lavoro* e l'azienda di ristorazione, in base al quale i nuovi dipendenti saranno scelti, per usare un termine che va per la maggiore in sede di gare d'appalto per i servizi ristorativi in campo scolastico e sociosanitario, a "km 0", ovvero residenti a Grugliasco e nei comuni limitrofi, iscritti ai centri per l'impiego e dotati dei requisiti necessari allo svolgimento delle mansioni cui saranno chiamati.

Vale 540 miliardi di euro l'agroalimentare esteso in Italia

Numeri alla mano, il food è il primo settore economico del Paese: la filiera agroalimentare italiana estesa infatti, secondo **The European House Ambrosetti**, assomma ogni anno 540 miliardi di euro di giro d'affari considerando agricoltura, industria, intermediazione, distribuzione e ristorazione.
Non solo: in termini di valore aggiunto, il sistema genera 119,1 miliardi di euro: 4,3 volte le filiere estese automotive e arredo e 3,8 volte la filiera dell'abbigliamento estesa.
Un mega settore produttivo che dà lavoro a 3,6 milioni di persone (il 18% del totale nazionale) in oltre 2 milioni di imprese. Quanto agli utili ripartiti tra gli operatori, all'Industria va riferita la quota maggiore di questo business, pari al 43,1%; seguono col 19,6% i Grossisti, col 17,7% l'Agricoltura; con l'11,8% la Distribuzione e con il 7,8% la Ristorazione.
E tuttavia, per ogni 100 euro di consumi alimentari degli italiani, il 32,8% remunera i fornitori di logistica, packaging e utenze, il 31,6% il personale della filiera, il 19,9% le casse dello Stato, l'8,3% i fornitori di macchinari e immobili, l'1,2% le banche, l'1,1% le importazioni nette e solo il 5,1% gli operatori di tutta la filiera agroalimentare estesa.
Un quadro di squilibrio che dura da anni e che si è accentuato nel tempo, lasciando alle altre componenti della filiera la ripartizione di un utile sempre minore.

Prospettive deboli per l'eurozona

e per l'economia nazionale

"In Europa rischiamo di pagare sui mercati la percezione di instabilità. Gli investitori non vogliono sentir parlare di chi mette in discussione l'ancoraggio europeo dell'Italia", ha detto il ministro dell'Economia, Roberto Gualtieri, rientrando da un incontro con i suoi colleghi dell'Ecofin il 9 novembre scorso.

Un avvertimento tanto più significativo in quanto pronunciato da un esponente politico noto per la cautela del suo linguaggio, ma anche una dichiarazione profetica, se si tiene conto di quel che è accaduto dopo, a cominciare dall'andamento dello spread. Il rapporto fra BTp decennali e i Bund tedeschi è tornato a registrare un divario di 180 punti base, per effetto, soprattutto, delle crescenti tensioni interne all'Esecutivo e della grave crisi dell'Ilva, il colosso siderurgico italiano. Si tratta di un livello lontano dai picchi toccati una decina di anni fa, ma comunque ben poco tranquillizzante. Con un rendimento dell'1,3% il decennale italiano, infatti, non solo ha accresciuto il distacco dall'analogo titolo della Germania, ma segnala che, per i mercati, il nostro risparmio è meno affidabile, non solo di quello portoghese e spagnolo (Paesi dove lo spread con il bund si mantiene attorno , rispettivamente, ai 55 e ai 60 punti base) ma anche di quello greco. Eppure poco più di un anno fa, fra Italia e Grecia esisteva una distanza di 100 punti base rispetto al titolo tedesco; questo divario ora sta scomparendo: effetto del forte risanamento che la Greca è riuscita a compiere dei suoi conti pubblici, mentre da noi la tendenza è ben diversa. In Italia il debito pubblico (132% rispetto al Pil) potrebbe, nei prossimi due anni, crescere – secondo l'impostazione della manovra di bilancio per il 2020 che sta faticosamente percorrendo il suo iter di approvazione da parte del Parlamento e dell'Unione Europea – sino al 135 per cento; gli interessi sul debito, invece, sono, da tempo, superiori al tasso di crescita del Pil.

Questi dati, di per sé poco gradevoli, diventano assai più preoccupanti, perché coincidono con una fase di prospettive deboli per l'eurozona e per l'economia nazionale. La drammatica situazione in cui versa la produzione dell'acciaio; le prospettive complicate che gravano sul futuro dell'Alitalia e le decine di crisi produttive presenti in tutto il territorio del Paese (erano 138 i tavoli di confronto aperti, nel dicembre 2018, presso il Ministero dello Sviluppo economico; attualmente sono 20 di più) disegnano uno scenario in deterioramento. L'ultimo dato disponibile dell'Istat sulla produzione industriale rivela una contrazione, nel terzo trimestre dell'anno, dello 0,5 per cento.

Non è una sorpresa ma una triste conferma: nella media dei primi nove mesi del 2019 la produzione è costantemente calata, sia in termini grezzi sia se la si calcola includendo degli effetti di calendario; tenendo conto che, dall'inverno del 2015, la produzione industriale è stata (salvo i primi due mesi del 2016) costantemente in crescita, si può comprendere la portata negativa di una simile evoluzione. Si può dire, insomma, che mentre sembrava vicino l'obiettivo di mettersi alle spalle i guasti prodotti dalla grande crisi di un decennio fa, si è verificata una brusca inversione di tendenza.

Con la conseguenza che il processo d'indebolimento dell'industria nazionale, apertosi agli inizi degli anni 90, rischia di diventare irreversibile: si tratterebbe di una sconfitta epocale destinata a produrre conseguenze gravi non circoscritte a uno specifico settore ma sull'intera struttura, produttiva e sociale, della realtà ita-

liana. Malgrado tutte le sue traversie, infatti, la manifattura del Paese è stata, storicamente, della nostra struttura produttiva, il pilastro fondamentale. Essa genera un valore aggiunto di 315 miliardi di dollari che la pone, nella graduatoria europea, al secondo posto dietro la Germania ma davanti, almeno per ora, alla Francia, secondo quanto calcola l'economista Franco Mosconi ("Affari e Finanza" de la Repubblica, 4 novembre). In una economia moderna anche il settore dei servizi dà un impulso alla crescita: questo da tempo accade- ed è un bene - anche da noi. Vi sono servizi che, attraverso l'innovazione tecnica e organizzativa e l'individuazione di nuovi spazi di mercato hanno dimostrato di saper dare un apporto rilevante. Basti pensare al caso della ristorazione commerciale: qui numerose imprese hanno conseguito, negli ultimi anni, performance positive ed hanno avviato importanti operazioni come, ad esempio, quella dei gruppi Cremonini e Percassi, rivolta, in sinergia, ad accrescere la presenza negli aeroporti e negli outlet.
Ma sarebbe illusorio immaginare che un efficace ruolo dei servizi basti a bilanciare i passi indietro nell'ambito industriale. Il settore manifatturiero resta infatti indispensabile per assicurare solidità all'insieme del sistema produttivo mentre la competizione internazionale diventa, con il crescere delle tensioni commerciali fra Stati Uniti e Cina, tende a farsi più aspra. Vi sono, inoltre, due motivi che, di recente, hanno reso ancor più pressante la necessità di guardare alla manifattura, con maggiore respiro strategico, e di impostare una strategia per la sua difesa e rilancio. Il primo è la recessione dalla quale è stata investita l'industria tedesca.
Quella che è stata, per tanto tempo, la possente locomotiva trainante del treno europeo oggi dà evidenti segni di affaticamento: da 13 mesi ormai gli ordinativi del settore si riducono e il dato di settembre della produzione industriale (-0,6 %) è risultato peggiore delle previsioni: questo andamento avrà inevitabili riflessi per molte nostre imprese, in particolare del Nord-est, legate a quelle tedesche da rapporti di fornitura.
Il secondo scaturisce dalla sempre più estesa condizione di degrado del territorio italiano investito – da Nord a Sud, da Venezia a Firenze e a Matera - da violenti eventi meteo, altrettanto devastanti di quelli sismici subiti negli anni scorsi: nuove, gravissime, ferite che si aggiungono alle tante già aperte. E tutte da sanare in tempi ragionevolmente solleciti.
Questo comporta l'avvio, rapido e su vasta scala, di una serie di interventi organicamente mirati alla messa in sicurezza delle aree colpite, al restauro delle opere d'arte danneggiate e alla conclusione delle troppe "incompiute" che attendono di essere, finalmente, rese operative.
Per l'Italia, insomma, è tempo di affrontare un vero e proprio sforzo di ricostruzione di una entità paragonabile a quella che apparve necessaria nell'immediato dopo-guerra.
Ma un'azione del genere non potrà dare buoni esiti se non verrà collocata all'interno di una scelta precisa: quella di definire, dopo tanti anni di disattenzione e di false partenze, una politica industriale del Paese adeguata – nelle risorse, negli indirizzi e nelle norme – alle nuove, straordinarie esigenze imposte dalla drammatica stagione che stiamo attraversando.

Antonio Duva

Scelte anomale

Alcuni recenti casi di affidamento di servizi di ristorazione scolastica in concessione, hanno innescato accesi dibattiti fra enti e SRC. Ecco cosa pensa in proposito il Presidente dell'Angem

Nell'ultimo periodo più di un'amministrazione pubblica ha pubblicato bandi per l'affidamento del servizio di ristorazione scolastica prediligendo l'istituto della concessione anziché quello dell'appalto. Sono scelte anomale sulle quali **Angem** ha preso una posizione chiara a sostegno delle SRC e soprattutto in difesa della qualità del servizio.

Presidente Scarsciotti, recentemente si è riparlato dello strumento delle concessioni in ambito di affidamento del servizio di ristorazione scolastica. ci spiega il perché dell'anomalia?

CARLO SCARSCIOTTI,
Presidente Angem

"La distinzione fondamentale tra l'appalto e la concessione è principalmente di oggetto: il primo prevede che la prestazione dell'azienda aggiudicataria sia eseguita a favore della pubblica amministrazione, mentre con la seconda si genera un rapporto diretto tra l'azienda e il destinatario finale che usufruisce del servizio. Con la concessione la stazione appaltante (il concessionario, appunto) diventa, quindi, un mero concedente del servizio, lasciando in capo all'azienda il cosiddetto onere della gestione del servizio che, al contrario, nell'istituto dell'appalto è in capo alla Stazione appaltante".

Ma il Codice degli Appalti ha chiarito per quali servizi un'amministrazione si può avvalere dell'istituto della concessione e per quali dell'istituto dell'appalto?

"Il Codice degli Appalti contiene un'apposita disciplina per l'affidamento dei servizi di ristorazione scolastica e della ristorazione ospedaliera e socioassistenziale, sopra soglia comunitaria che, ad esempio, devono essere affidati esclusivamente sulla base del criterio del miglior rapporto qualità/prezzo. Ma in alcuni articoli, come appunto quello dell'affidamento del servizio di ristorazione, il testo risulta dubbio. Quando il primo Governo Conte annunciò l'intenzione di riformare il Codice degli Appalti venimmo auditi dalla Commissione Lavori pubblici del Senato sull'applicazione del Codice dei Contratti pubblici. Tra le diverse proposte che avanzai, ci fu proprio quella di prevedere il divieto di ricorrere a forme di concessione per l'attribuzione del servizio di ristorazione, così da eliminare tutte le ambiguità che potrebbero rendere anomale le modalità dell'esecuzione dell'appalto e da evitare che gli oneri e gli obblighi connessi alla titolarità e alla riscossione del corrispettivo per la refezione scolastica vengano trasferiti in capo alla società di ristorazione".

Perché un'amministrazione pubblica non dovrebbe applicare lo strumento della concessione al momento dell'affidamento del servizio di refezione scolastica?

"È del tutto evidente che se per alcuni servizi il contratto attraverso la concessione sia del tutto plausibile, si pensi ad esempio alle aziende di distributori automatici di bevande o alimenti che sono effettivamente remunerate direttamente dal fruitore finale, per il servizio di ristorazio-

ne scolastica il contratto è a schema bilaterale, cioè Stazione appaltante e impresa aggiudicataria. Quest'ultima non ha alcun rapporto di tipo economico con l'utenza finale e Comune è il solo titolare dell'obbligazione di pagamento della retta mensa da parte delle famiglie che aderiscono al servizio.
Credo, quindi, sia del tutto discutibile la scelta di un'amministrazione di affidare il servizio di refezione scolastica attraverso lo strumento di concessione.
D'altra parte, è la stessa ANAC a definirne anomalie e distorsioni in questo ambito.
La linea guida ANAC n° 9/2018 prevede, infatti, che per un'efficiente esecuzione del contratto di concessione è necessaria una corretta allocazione dei rischi tra le parti. Più nello specifico, ANAC chiarisce che il contratto deve contenere apposite clausole che prevedano le cause e le modalità di revisione del piano economico-finanziario del concessionario per eventi che si verifichino in corso di esecuzione del servizio, anche al fine di evitare il rischio della interruzione/risoluzione del contratto per il venir meno dell'equilibrio contrattuale. Nelle gare di ristorazione collettiva tutto questo non si manifesta e il prezzo del pasto viene definito dalla Stazione appaltante, il concorrente si limita a proporre il ribasso.

Un'ulteriore anomalia e distorsione risiede nella reale impossibilità da parte del concessionario di sospendere l'erogazione del pasto nei confronti di utenti morosi per evitare, cosa più importante, di lasciare studenti senza il pasto.
Il servizio di refezione scolastica è, infatti, un servizio pubblico (così prevedono sia l'art. 6, comma 1, del D.L. n. 55/1983 sia l'art. 172, comma 1 lett. e), del D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267 e la giurisprudenza maggioritaria, ex plurimis Tar Piemonte 1345/2014) e non può essere interrotto senza gravi ripercussioni per l'utenza.
Inoltre, il concessionario non ha strumenti equipollenti a quelli dell'amministrazione pubblica nella fase di recupero delle morosità.
Al contrario, l'amministrazione può decidere di sospendere il servizio, si pensi ad esempio al caso di Montevarchi del 2017 o il caso della bambina di Minerbe del 2019, risolto grazie al generoso contributo del calciatore dell'Inter Candreva. Ma, naturalmente, ogni volta che accadono episodi del genere, l'amministrazione perde consenso elettorale e in un Paese come il nostro che è in campagna elettorale perenne…".

Ma a suo avviso, quali sono i motivi che portano un'amministrazione a optare per la concessione?

"I motivi possono essere i più svariati, da una scarsa capacità tecnico-organizzativa nel riscuotere le rette o le eventuali morosità all'opportunità, per motivi di consensi elettorali, di scaricare sulle aziende l'onere della gestione economica della refezione scolastica. O, come dicevo, qualora l'azienda optasse, in modo irrispettoso verso la comunità, per la sospensione del servizio per morosità, la Stazione Appaltante farebbe ricadere la colpa sull'azienda stessa non calcolando che l'errore è stato fatto a monte privilegiando lo strumento della concessione anziché l'appalto.
Ma anziché utilizzare inutili escamotage, come appunto lo strumento della concessione, che a poco servono e soprattutto risolvono temi così delicati come quello dell'alimentazione dei bambini, non sarebbe allora meglio confrontarsi amministratori pubblici e Imprendori per studiare meccanismi per sanare i debiti pregressi o piani di rientro per le famiglie in arretrato con le rette e far sì che tutti i bambini possano avere accesso alla mensa? La nostra porta è sempre aperta!".

Fetta **dopo fetta**

Non conosce limiti in Italia e all'estero lo sviluppo delle catene a base pizza, che puntano sulla qualità delle materie prime e vanno incontro ai gusti emergenti dei consumatori

di M.L. Andreis

Ben 8 milioni di pizze consumate ogni giorno in Italia (tra ristoranti, asporto, surgelate, panetterie, etc), per un fatturato annuo pari a circa 15 miliardi di euro riferibile a quasi 127mila punti vendita, di cui 76.357 veri e propri esercizi di ristorazione: 40mila in forma di ristoranti-pizzerie e circa 36.300 bar-pizzerie.
Sono i numeri che emergono dall'ultima ricerca sul settore (2018) realizzata dal *Centro Studi Cna* (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa) su dati di *Infocamere* e *Infoimprese*.

Un'arte che dà da mangiare

Detentori di un'arte inserita nel 2017 tra i Patrimoni dell'Umanità dall'Unesco, che – a differenza di quanto sostenuto anni fa da un ministro del Tesoro parlando di cultura in senso lato – dà di che mangiare eccome, i pizzaioli che operano lungo lo Stivale sono 105mila, ma arrivano a 200mila nel weekend.
Di questi la maggioranza è costituita da pizzaioli italiani, circa 70mila per l'esattezza, 20mila egiziani, 10mila marocchini e 5mila provenienti da Est Europa, Asia e altri Paesi.
Marinara, Margherita, Napoletana o Capricciosa sono ancora le preferite da 8 italiani su 10, per i quali la vera pizza è quella tonda, tradizionale e cotta a legna nel forno.
Nel 50% dei casi il prezzo non supera i 7 euro ma c'è una fascia di mercato pari al 4% che va oltre i 10 quando si scelgono impasti speciali e ingredienti ricercati, dai frutti di mare al salmone, dal lardo di colonnata al tartufo.
Tra tutte le città del Belpaese, è Milano quella dove l'orgoglio di Napoli raggiunge i picchi di prezzo, mentre mediamente è più economica a Reggio Calabria.
Il 75% dei clienti vogliono gustare la pizza al tavolo, ma si conferma anno dopo anno anche la versione surgelata della Nostra, acquistata nei supermercati e poi consumata a casa. I numeri non mentono: nel 2018 il peso complessivo delle pizze frozen è arrivato a quasi 48 milioni di kg all'anno, per una spesa di 300 milioni di euro, il 2,7% in più rispetto al 2017. Questa cifra sale a ben 5,5 miliardi di dollari negli Usa, il paese con il consumo di pizza surgelata maggiore al mondo.
In Campania si concentra il 16% delle attività legate alla pizza, seguita da Sicilia (13%), Lazio (12%), Lombardia e Puglia (10%). Nel rapporto pizzerie/abitanti a primeggiare è l'Abruzzo, con un'attività ogni 267 residenti. Seguono Sardegna (una ogni 273 abitanti), Calabria (285), Molise (307) e Campania (335).
A trascinate verso l'alto i numeri di questo business adesso è arrivato anche il delivery: il mercato della pizza a domicilio in Italia vale già il 7% del fatturato totale del settore e cresce in maniera esponenziale.
Secondo una indagine condotta in 11 paesi dove opera *Just Eat*, una delle principali società di consegna a domicilio di cibo acquistato online attiva in Italia dal 2011, è infatti la pizza il piatto preferito dagli utilizzatori di App per farsi portare piatti e pietanze preparati nei ristoranti direttamente a casa.
L'Osservatorio della società inglese che realizza questa

indagine ogni due anni, ha incoronato la pizza come piatto preferito, con il primo posto assoluto in Regno Unito, Norvegia, Francia, Svizzera e Australia.
Quali le pizze più richieste all'estero? Dopo la Margherita quella al Prosciutto (e fin qui nulla di eclatante), seguita dalle versioni (ben poco italiane) Hawaii e Pepperoni, che naturalmente vanno forte negli Usa: non per nulla negli States il delivery vale il 20% delle vendite e sempre gli Usa hanno anche il primato del giro d'affari legato alla pizza più cospicuo a livello globale: 45,73 miliardi di euro all'anno su un totale planetario di circa 139 miliardi. La pizza mania impazza peraltro anche in Brasile, Paese dove un abitante su tre quando mangia fuori sceglie di consumare questo piatto. Seguono Svezia e Spagna.

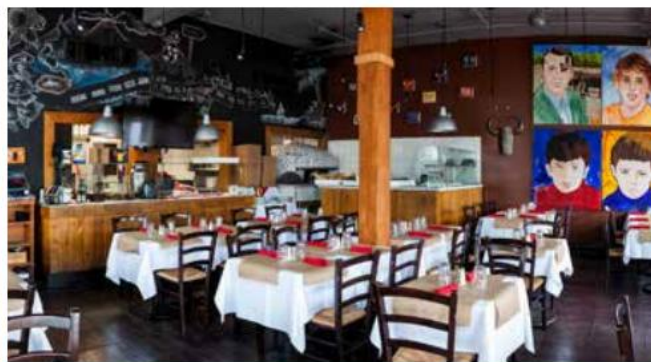
Margherita... ma non solo

Ma tornando in patria, vediamo di comprendere quali sono stato dell'arte e trend con l'aiuto di alcuni format che vanno per la maggiore nel Belpaese e che si fanno strada anche all'estero, dove la "fame" di cibo italiano come noto non smette di crescere, nonostante italian sounding e maggior capacità degli imprenditoria straniera si "sfruttare" i nostri piatti (vedi, tra l'altro, **Pizza Hut** e **Domino's pizza** come principali operatori, of course made in Usa, del settore a livello planetario...).
Nato a Napoli nel 2003, il format **Fratelli La Bufala** oggi ha all'attivo 52 locali di cui 7 all'estero: di questi ultimi 4 sono affiliati su un totale di 26 sviluppati in franchising.
Il progetto di ristorazione di FLB è 100% made in Italy e pone al centro della propria offerta i prodotti della tradizione campana, primi fra tutti la mozzarella di bufala, la carne di bufala e la pizza napoletana creata con ingredienti di alta qualità. "*Il marchio nasce da un'idea del compianto imprenditore* **Geppi Marotta**, *che mirava a porsi come ambasciatore della pizza napoletana a livello internazionale, attraverso una rete di ristoranti con un'identità comune, pur mantenendo ciascuno la propria unicità*", esordisce **Mariù Fusco**, responsabile marketing e comunicazione.
Di qui l'impiego di materie prime di qualità, che negli ultimi tempi vedono crescere la quota di quelle con origine biologica, a Km 0 e a marchio tutelato. A partire dalla mozzarella di bufala, ovviamente, proveniente da caseifici affiliati al Consorzio Mozzarella di bufala Dop mentre la farina è a marchio 5 stagioni e i pomodori pelati de *La Torrente*.
"*E proprio per proseguire sulla via aperta da Marotta, che sognava di portare i sapori della sua terra all'estero, lo sviluppo del marchio si concentrerà sui mercati internazionali, sulla crescita diretta nei maggiori hub e attraverso l'affiliazione nelle zone limitrofe*", conclude la manager.
Fresco nasce nel 2009 per iniziativa di un gruppo di imprenditori partenopei impegnati in settori diversi (**Giancarlo Di Luggo** AD di *Fiart Mare*, attiva del settore Nautico; i fratelli **Alberto** e **Cristiano Visocchi**, titolari dell'azienda agricola *Visocchi*; **Ernesto Aruta** e **Diego Marengo**, impegnati del settore turistico con l'agenzia *Planet Travel*).
L'intenzione era quella di colmare un gap di mercato: "*A quei tempi esistevano soltanto le pizzerie tradizionali e i primi franchising della pizza si stavano affermando sul mercato nazionale e internazionale, ma ancora non esisteva una pizzeria ristorante che si potesse posizionare più in alto*", ci spiega **Paolo Aruta**, amministratore delegato di **DRAV Spa**, società partenopea che detiene il marchio **Fresco pizzeria trattoria fondata nel 2050**. "*Fresco è questo: un luogo in cui si sceglie di mangiare principalmente per la qualità dei piatti ma in un ambiente, moderno e 'cool', alla moda*".
Fresco non è solo pizzeria ma anche trattoria: "*Vogliamo proporci non come ristorante ma come trattoria: il pranzo o la cena da Fresco non deve diventare un'avventura intellettuale o gourmet: il menu infatti affonda le radici nella tradizione napoletana, dagli Spaghetti alla Nerano agli Ziti allo Scarpariello, fino alla Carne alla Genovese*".
Senza ombra di dubbio la Margherita è la regina indiscussa

FRESCO PIZZERIA TRATTORIA FONDATA NEL 2050

Locali: 8 in Italia e 4 all'estero
Locali in franchising: 1 (Oman)
Canale principale: centri città
Scontrino medio: 16 €
Fatturato: 15 mln €
Occupati: 250

FRATELLI LA BUFALA

Locali: 52 di cui 7 all'estero
Locali in franchising: 26 di cui 4 all'estero
Canale principale: centri commerciali
Scontrino medio: 15/16 €
Fatturato: 30 mln € (2018)
Occupati: 1.200

delle scelte dei clienti: la ordina il 40% di chi ordina la pizza. Che nei locali del format è proposta anche nella variante 'Margherita del Re'. *"L'idea è del nostro storico pizzaiolo Alfredo Forgione (nominato cavaliere del lavoro dal Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano), che ha creato questa specialità fatta con pelati, pomodorini, fiordilatte e un angolo a sorpresa!"*.

In generale, osserva Aruta, i clienti sono sempre più attenti alla filiera. *"È una sensibilità che si sposa perfettamente con i nostri standard: diamo estrema importanza alle procedure HACCP e alla tracciabilità delle materie prime che selezioniamo con cura: farina Caputo (mulino napoletano), pelati Solea (una piccola realtà dell'Agronocerino) e fiordilatte di Latteria Sorrentina. Tendiamo a utilizzare fornitori italiani, legati al nostro territorio"*.

Dopo aver inaugurato 8 nuovi punti vendita nel 2019, l'ultimo dei quali a Milano in corso Sempione, apertura arrivata dopo l'opening nella centralissima via Dante alcuni mesi or sono, per il prossimo anno il format, mira a proseguire nella corsa allo sviluppo. *"Sul territorio italiano inaugureremo un nuovo locale presso la Stazione Centrale di Napoli (siamo già presenti anche a Roma Termini) e contiamo di crescere anche nel canale stazioni ed aeroporti. All'estero continueremo il nostro piano di sviluppo con* Mercato Metropolitano*: grazie a questa partnership siamo già presenti a Londra nei mercati di Elephant and Castle e Mayfair (dove abbiamo abbracciato il manifesto che prevede l'adozione di azioni collettive per un futuro più sostenibile per tutti, a partire dall'utilizzo di prodotti no logo e di packaging plastic free) ed entro il 2020 contiamo di inaugurare, sempre nella capitale inglese, anche nei mercati di Ilford ed Elephant Park. Inoltre, abbiamo interessanti piani di sviluppo in Russia"*, termina la disamina Aruta.

ROSSOPOMODORO

Locali: 62 Italia; 24 Estero
Locali in franchising: 36
Canali principali: city business, city touristic, cc/outlet, travel, top location

Ben 10 locali aperti o rieparti nel 2019 (16 negli ultimi 16 mesi) secondo il nuovo claim "Come un giorno a Napoli" per **Rossopomodoro**, l'insegna del gruppo **Sebeto** fondato da **Franco Manna** che da oltre 20 anni porta la vera pizza napoletana fuori dai confini regionali, grazie a oltre 120 locali, sviluppati anche con i format **Rossosapore** e **Pizzeria Nazionale**. Non per nulla, *"oggi Rossopomodoro è un format riconosciuto come ambasciatore della pizza e della cucina di Napoli"*, ci spiega **Roberto Colombo**, da un anno e mezzo amministratore delegato di Sebeto Spa dopo l'acquisizione da parte di *OpCapita* della maggioranza del capitale della società partenopea.

Presente in oltre 50 località in Italia, troviamo ristoranti Rossopomodoro fuori dai confini patri in Canada (dove ha appena aperto a Toronto all'interno dell'ultimo store nato a insegna **Eataly**, con cui ha una partnership consolidata che si sostanzia in ormai 10 pdv Rossopomodoro in altrettante location del format creato da **Oscar Farinetti** nel mondo), negli Usa (a New York con 2 pdv, e a Los Angeles e Chicago e Las Vegas), in Brasile, Germania, Islanda, Danimarca, Svezia, Malta e in UK, dove Londra è stata la prima città internazionale in cui il marchio ha fatto capolino e oggi si contano 7 location.

"La scelta di materie prime d'eccellenza, la fidelizzazione dei fornitori e la formazione continua del personale: sono questi i nostri tre capisaldi", riprende il manager.

"Dalla mozzarella di Bufala Dop all'olio di Sorrento, dalle farine di Caputo fino a ben 10 ecotipi di pomodori campani diversi, selezionati dalle migliori produzioni, ogni ingrediente e materia prima è un'eccellenza unica che arriva da fornitori di fiducia, gli stessi che da anni approvvigionano tutti i locali in ogni parte del mondo".

Fornitori storici cui si è aggiunto di recente il salumificio **Rovagnati**: una collaborazione che ha portato alla creazione di due pizze al Gran Biscotto, disponibili in Italia presso tutti i ristoranti della catena, dove le materie prime *"passano tra le mani di abili professionisti della pizza e della cucina, tutti di scuola napoletana, uomini e donne sempre in primo piano, il cui valore umano oltre che professionale viene costantemente valorizzato dall'Accademia, nata per la continua formazione e anche per l'avvio alla professione di nuove e promettenti giovani leve che crescono sotto l'ala dei 'vecchi' maestri"*, sottolinea Colombo.

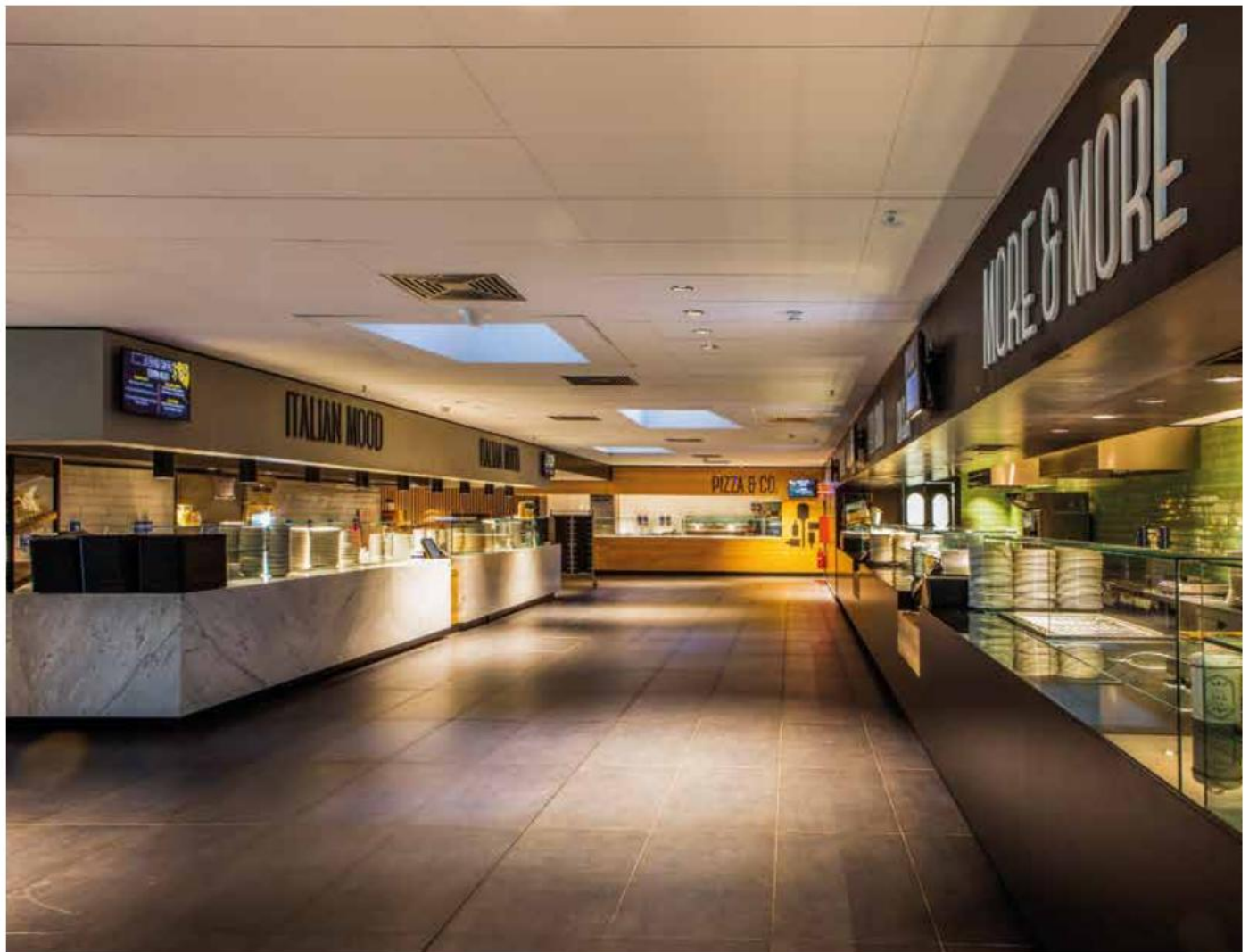
Il forno della pizza è sempre l'elemento protagonista del-

Pizza di qualità anche in hotel

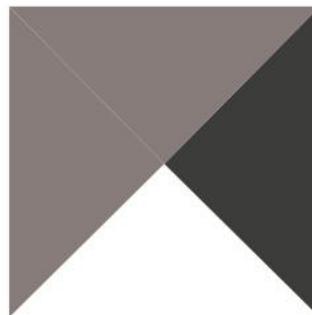
La pizza italiana entra nei menu di **F&De Group**. Per la prima volta è possibile gustare all'interno dei ristoranti in hotel una pizza di qualità realizzata secondo la ricetta del Maestro Pizzaiuolo **Alberto Buonocore**. Preparata al momento con ingredienti 100% italiani di prima scelta e cotta all'interno di un forno elettrico, lo *Scugnizzo*, capace di replicare le prestazioni di un autentico forno a legna, l'elemento chiave di questa nuova proposta è un impasto leggero, a lunga lievitazione, preparato in tutta Italia secondo la ricetta di Buonocore, frutto della combinazione di materie prime eccellenti come la farina con glutine elastico e amido soffice di *Mulino Caputo* e l'olio extravergine d'oliva spremuto a freddo del frantoio pugliese *Muraglia*.

Ogni ristorante offre la possibilità di scegliere tra i "grandi classici", conditi con pomodoro dell'azienda campana *La Torrente* e fior di latte campano di *Lombardi*, e proposte "local" con verdure di stagione a km 0 e specialità regionali, come salumi e latticini.

Le prime strutture in cui è possibile gustare la vera pizza italiana sono il *Leonardo Royal Hotel Venice Mestre* e il *NYX Hotel Milan*. Nata nel 2005, oggi F&De Group gestisce oltre 50 ristoranti in hotel e sviluppa il suo business principalmente nel Centro e Nord Italia, con una forte presenza in Lazio, Lombardia, Triveneto e Toscana.

Ifi. Contract
Progetti e arredi per i luoghi del food & beverage.

Ifi. Contract per *BNL*, Tiburtina - Roma.

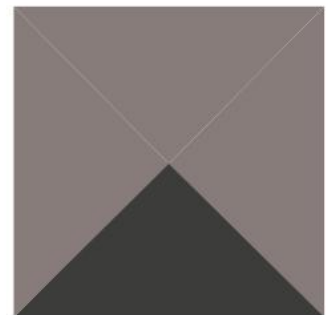
progettiamo

produciamo

realizziamo

assistiamo

Ifi. Contract **@SigepRimini**
18/22.01.2020
Pad. C1 Stand 094-054

Ificontract.com - #ifi1962

People-centric innovation

PIZZIUM

Locali: 16
Locali in franchising: nessuno
Canale principale: centri città/aree urbane
Scontrino medio: 18 € (pranzo 15 €; cena 20 €)
Occupati: 250

la scena, intorno al quale gira tutta la vita del locale.
Un'altra caratteristica fondamentale è la stanza degli impasti: è qui che riposano e maturano secondo i lunghi tempi di lievitazione, necessari a donare alla pizza morbidezza, leggerezza e gusto. Proprio vicino al forno e alla stanza degli impasti c'è sempre un grande orologio che scandisce, secondo dopo secondo, le 24 ore minime previste per la lievitazione. In alcuni casi Rossopomodoro è dotato anche di una zona dedicata esclusivamente alla vendita al banco dei classici sfizi da strada. Si tratta de **'a Puteca** (bottega in italiano), spazio-vendita al banco o a portar via, dedicato allo street food napoletano, con una vetrina che ricorda le antiche pizzetterie del centro storico di Napoli.
Insomma, ancora una volta, un modo per portare Napoli e i suoi prodotti migliori ai quattro angoli del globo.

Napoletani… ma non solo

Il marchio **Pizzium** nasce nel 2017 dalla collaborazione tra **Stefano Saturnino**, **Nanni Arbellini** e **Ilaria Puddu**. L'idea era quella di creare un format di pizzeria napoletana che sapesse coniugare la bontà della pizza tradizionale partenopea con prodotti di eccellenza delle regioni d'Italia. Tutto questo in un ambiente accogliente, giovane e informale.
Detto, fatto: caposaldo del menu è proprio l'offerta di pizze regionali, che, specie in una città come Milano, dove il format è nato e ha 6 locali all'attivo, incontrano il favore di un pubblico vario, eterogeneo, proveniente da tutte le zone della Penisola, e quindi contento di trovare, all'ombra della Madonnina, un posto dove ritrovare i… sapori di casa.
Tutte le materie prime utilizzate sono di alta qualità, provenienti da fornitori locali selezionati, che possono garantire e rappresentare l'eccellenza delle varie regioni italiane. Non è quindi un caso se sul terzo gradino del podio delle più richieste, troviamo le regionali, mentre la Margherita, regina incontrastata con percentuali quasi bulgare in altri format, totalizza "solo" il 28% delle ordinazioni, seguita dalla Bufalina.
"*La pizza sta acquistando un posto nell'Olimpo del cibo di qualità*", scandisce Stefano Saturnino, ceo di Pizzium. Che riprende: "*C'è un trend di crescita di attenzione non solo sulla materia prima della base della pizza (farina e lievito) ma anche sulla preparazione e sulla lievitazione, che forniscono alla pizza leggerezza e digeribilità*".
L'attenzione alla qualità ha portato Pizzium a essere tra i format premiati del *Pizza Awards Italia 2019*, il premio dedicato alle migliori pizze e pizzerie d'Italia attribuito in occasione della VII edizione della manifestazione *Excellence2019*.
Il panel di giurati del riconoscimento è composto da circa 200 autorevoli giornalisti gastronomici italiani, con particolari competenze per il mondo della pizza, e dai più importanti esperti del settore.
Per quanto attiene allo sviluppo, "*il nostro obiettivo è quello di ampliare la presenza sul territorio nazionale, principalmente nel nord e centro Italia. I nostri punti vendita saranno sempre posizionati in centro città o aree urbane. La gestione dei locali sarà sempre diretta per garantire lo stesso livello qualitativo, food e servizio, in tutti i ristoranti*", chiosa Saturnino.
Berberè nasce nel 2010 a Castel Maggiore (Bologna) da un'idea di **Matteo** e **Salvatore Aloe**.
Margherita con il 38% delle preferenze seguita da Bufala e pizze stagionali occupano le prime tre posizioni nella scelta dei clienti degli 11 locali italiani dell'insegna.
"*Quello che caratterizza il mercato è la sempre maggiore consapevolezza dei consumatori, attenti alla qualità non solo delle materie prime ma dei processi adoperati soprattutto per le fermentazioni*", spiega Salvatore Aloe. Che sottolinea: "*Per fare una buona pizza artigianale occorrono pochi ingredienti ma di altissima qualità. Di qui l'uso di farine per l'impasto semintegrali biologiche, frutto di un percorso di ricerca e sperimentazione con Alce Nero durato anni, che contengono fibre, vitamine idrosolubili e tutti gli oligoelementi presenti nel chicco. Per la farcitura invece, l'85% delle materie prime che utilizziamo è di origine bio: il Fior-*

BERBERÈ

Locali: 11 in Italia, 3 a Londra con insegna Radio Alice
Locali in franchising: nessuno
Canale principale: centro città
Scontrino medio: 15 €
Fatturato: 10 mln € in Italia
Occupati: 150

My Chef
CAFFETTERIA
DRINKS
Baked with love!
–
Love at first bite!
Pane
Briciole
dolci e salate
PIZZA
CHEF
PIZZA
PATATAS
NANA
CASSA
PIZZA
RINALDINI
R
RINALDINI®
RINALDINI

dilatte bio Querceta, la bufala bio Ponterè di Cancello ed Arnone, olio d'oliva extravergine Alce Nero, solo per citare alcuni dei nostri fornitori".

L'essenza e la sfida di Berberè è il "lavoro" nel senso di "mestiere", e il tramandare una professionalità frutto di esperienza e saperi: "*La formazione e la cura del personale, che ha superato le 100 persone, permette di salvaguardare l'artigianalità del prodotto. Ogni giorno, infatti, in ciascuno dei locali Berberè si realizza l'impasto partendo da farina, acqua e lievito madre vivo*".

Per la gestione dei locali invece, tutta centralizzata, il personale scelto è attento a ogni aspetto e dettaglio e ha una costante formazione e una elevata managerialità: "*Con queste basi forti, puntiamo ad aprire nel 2020 altri due nuovi locali nel nord Italia e di proseguire il percorso di crescita anche all'estero*".

Nato a Milano nel 2015, il format **Briscola Pizza Society**, di proprietà di **Foodation**, ha all'attivo 3 locali: a Firenze in via del Campidoglio e nel capoluogo meneghino in Porta Nuova e in zona Duomo.

"*Senza sorpresa, la pizza più richiesta rimane la classica Margherita con un'incidenza dell'8,5%. La seconda è la Mortadella e Pistacchi, un nostro cavallo di battaglia, che supera il 7%*", ci dice **Federico Loffredo**, responsabile marketing del marchio. Che per andare incontro a tutti i gusti, ha pensato per i suoi clienti a due formule speciali: *Pizza Profile* e *Pizza Sharing*. Con la prima è il cliente a creare la pizza dei suoi sogni: partendo da una semplice Margherita bianca o rossa, come fosse una tela bianca, ciascuno ha la possibilità di comporla a piacimento avendo a disposizione diversi ingredienti provenienti da tutta Italia. Con la seconda invece, anche gli indecisi cronici avranno, parafrasando il detto... pizza per i loro denti, assaggiando coppie di pizze più piccole da condividere con i commensali.

BRISCOLA PIZZA SOCIETY

Locali: 3
Locali in franchising: nessuno
Canale principale: centro città
Scontrino medio: 19,5 €
Occupati: 50

Venendo ai trend emergenti, secondo il manager "*quelli di maggiore successo possono essere divisi in base a tre categorie di consumatori: la prima è rappresentata di chi richiede un impasto diverso. Partendo dalla tradizionale pizza napoletana o romana, cambiano allora i grani e si utilizzano tipologie di farine che alleggeriscono l'impasto rendendolo più digeribile. Altri consumatori hanno l'esigenza di nutrirsi senza lattosio. Ecco che allora la semplice pizza Margherita subisce uno stravolgimento 'culturale' dettato da esigenze di salute. In questo senso si stanno muovendo moltissimi molini che realizzano mix di farine speciali per persone con intolleranze al glutine o caseifici che producono mozzarelle senza l'utilizzo del lattosio. Una seconda categoria di consumatori è costituita dagli amanti della tradizione. Le pizze più vendute in generale rimangono quelle che richiamano alla tradizione napoletana. Hanno inoltre successo e vanno annoverate tra le pizze della tradizione quelle che richiamano a ricette tradizionali italiane e che in Briscola abbiamo scelto di inserire nei nostri menu: Parmigiana, Amatriciana e Carbonara. La terza fetta di clientela è infine costituita dagli stranieri, più propensi a cercare innovazione negli ingredienti che accompagnano l'impasto. Briscola ha in carta pizze con ananas, avocado, salmone e sesamo. E siamo sicuramente intenzionati a continuare su questa strada per abbinare ingredienti particolari in un prodotto che ben si presta a contaminazioni culturali*".

Nondimeno, gli ingredienti più utilizzati per la pizza rimangono la farina di grano tenero e i grani, l'acqua, il lievito, il sale, il pomodoro in salsa e in molte altre sue varianti. I fornitori dei locali Briscola sono spesso grandi molini o primarie aziende distributive che servono le catene di pizzerie o che producono grandi volumi.

Infine, sotto il profilo dello sviluppo, "*i nostri programmi per il 2020 prevedono di crescere lungo due assi: nei paesi EU in gestione diretta e nel travel retail in licenza*".

Nuova gara **vecchi vizi**

Gravi lacune ed evidenti imprecisioni frenano ancora la gara per l'appalto del servizio di ristorazione ospedaliera della Regione Sicilia

di C. Giannone

Tutte ebbe inizio nel luglio del 2017 data in cui la Regione Sicilia pubblicò il bando per l'affidamento in convenzione del servizio di ristorazione per gli ospedali siciliani. All'epoca la Regione aveva suddiviso il territorio dell'isola in sette lotti. Il disciplinare di gara in premessa recitava "*…Il presente documento disciplina la gara, indetta con Decreto Dirigenziale n. 1.261 del 30 giugno 2017*".

Il bando, inizialmente pubblicato nella GUUE/S126 del 05.7.2017 e rettificato con Decreto D.A.S. n. 1443 del 27.7.2017, fissava come termine di scadenza per la presentazione delle offerte il 15.09.2017. Il termine veniva successivamente prorogato al 06.10.2017, con rettifica al bando di gara disposta con Decreto D.A.S. n. 1443 del 27.7.2017.

Il disciplinare, tra le altre cose, prevedeva i sopralluoghi obbligatori in tutte le strutture ospedaliere. Il prezzo a base d'asta per giornata alimentare veniva fissato per i primi sei lotti in euro 12,41 iva esclusa (in linea con le tariffe fissate da ANAC) e per il solo lotto 7 in euro 34,00.

La durata prevista della convenzione veniva fissata in 60 mesi. Una volta pubblicato il bando, le aziende di ristorazione mossero una serie di critiche a tutto l'impianto della gara lamentando la poca chiarezza delle informazioni. I dati riportati nei documenti di gara erano lacunosi o addirittura errati, tant'è che la stazione appaltante venne sommersa da un numero impressionante di richieste di chiarimento: 55 per la precisione.

I chiarimenti spaziavano dalla richiesta di conoscere gli indirizzi delle sedi e il numero medio di pasti da consegnare, al punteggio attribuito all'offerta tecnica e al prezzo.

La stazione appaltante nelle risposte alle domande, sostenne allora di essere incappata in una serie di… refusi.

Un numero così elevato di richieste da parte dei concorrenti è la dimostrazione lampante che chi aveva redatto gli atti di gara non aveva le competenze necessarie per farlo: c'erano lacune tali da impedire la stesura di un progetto complessivo, capace di inquadrare in maniera puntuale ogni presidio ospedaliero oggetto del servizio, di individuare il numero reale dei pasti erogati, quello degli operatori necessari per svolgere il servizio e dove e in che condizioni fossero le eventuali cucine.

L'istruttoria era stata condotta utilizzando esclusivamente informazioni ricevute dai vari ospedali che non sempre sono risultate corrette. Molti chiarimenti, infatti, erano ispirati dalla necessità di conoscere una serie di elementi senza i quali non sarebbe stato possibile predisporre un'offerta. Leggendo attentamente gli atti di gara e in particolare il disciplinare, emergeva con evidenza che i criteri di valutazione dell'offerta tecnica erano stati copiati dagli atti di gara predisposti in precedenza da ARCA Lombardia, già di per sé molto discutibili.

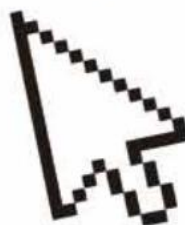
I lettori più attenti si ricorderanno che del bando di ARCA Lombardia ci siamo già occupati in queste pagine, mettendo in evidenza le numerose inesattezze in esso contenute con particolare riferimento ai criteri di valutazione dell'offerta tecnica che, a mio parere, non erano pertinenti per valutare correttamente la bontà dell'offerta tecnica dei vari concorrenti. Gli stessi criteri con le medesime lacune

si possono ritrovare nel disciplinare di gara della Regione Siciliana.
Ancora una volta ci troviamo di fronte a un elemento che senza equivoci mette in risalto la scarsa conoscenza del settore di chi ha elaborato gli atti di gara.
Le aziende di ristorazione, una volta pubblicata la gara, operarono i sopralluoghi nei vari ospedali. Un'operazione lunga e onerosa ma imposta da bando di gara. Nel frattempo le cose si mettevano male per la Regione, perché una azienda concorrente, la società Bitti srl, presentava un ricorso al TAR chiedendo l'annullamento della gara, poiché riteneva di essere impossibilitata a predisporre, ai fini della partecipazione alla gara in parola, un'offerta seria e ponderata in relazione sostanzialmente ai seguenti elementi: a) incertezza sulla durata degli affidamenti; b) indeterminatezza e genericità sull'effettivo utilizzo delle cucine interne delle aziende sanitarie aderenti alla convenzione; c) indeterminatezza connessa alla mancata indicazione del numero di pasti da fornire; d) mancata previsione di una quota di ammortamento per gli investimenti a carico dell'appaltatore.
Il TAR di Palermo con la sentenza n. 01639/2018 accolse il ricorso motivandolo così: "… Il bando di gara, il disciplinare e il capitolato tecnico contengono plurimi elementi di indeterminatezza che corroborano la prospettazione di parte circa l'impossibilità di formulare offerte economiche congrue rispetto all'importo posto a base d'asta (cfr. T.A.R. Veneto, sez. I, 15 gennaio 2016, n. 8): ne discende l'illegittimità del bando che, in accoglimento del ricorso, va quindi annullato in quanto illegittimo…".

AAA fornitore cercasi

Ma eccoci alla nuova gara che prevede 12 lotti (inizialmente erano 13 ma è stato espunto il lotto riguardante l'ASP di Siracusa). La convenzione avrà durata di 30 mesi e gli eventuali ordinativi di 48 mesi. Rispetto al pregresso si registrano molte novità. In primo luogo, il RUP non è lo stesso e gli atti di gara questa volta hanno preso spunto anche da quelli della gara di SORESA (centrale d'acquisto della regione Campania) che sono stati, diciamo così, rivisti in alcuni aspetti (per esempio i criteri di aggiudicazione sono stati ridotti eliminando tutta la parte che riguardava le derrate). Anche le specifiche tecniche sono state copiate e modificate in alcune parti. Ma, nel complesso il contenuto è lo stesso. Speriamo che il presidente della Regione Campania, De Luca, non lo venga a sapere, altrimenti ne farà argomento di vanto nelle sue consuete interviste televisive settimanali.
I responsabili di SORESA, consci dei propri limiti, hanno affidato ad una società esterna il compito di redigere gli atti di gara per l'affidamento del servizio di ristorazione sanitaria. I tecnici incaricati (io ero uno di questi) hanno fatto i sopralluoghi in tutte le cucine ospedaliere, raccogliendo sul campo tutte le informazioni utili (come il numero dei pasti, le modalità di distribuzione, lo stato delle strutture e delle attrezzature valutandone la adeguatezza e prendendo in considerazione eventuali interventi di adeguamento/sostituzione necessari). Per ogni struttura, i tecnici incaricati hanno redatto una scheda dettagliata che è stata fornita ai concorrenti. L'analiticità dei dati raccolti ha reso possibile la stima corretta del valore dell'appalto. Questo metodo, a quanto pare, non è stato seguito dagli estensori dei documenti di gara della Regione Sicilia che hanno ritenuto più conveniente copiare il modus operandi di un altro ente e utilizzare i dati inviati dai singoli ospedali. Dati che sono approssimativi e incompleti, come emerge dai molteplici chiarimenti pubblicati.
Le aziende di ristorazione non sono soddisfatte del nuovo bando e lamentano in primo luogo la mancata costituzione di un tavolo di confronto dove affrontare le criticità. In tale contesto, si deve ricordare che, nel dicembre 2017, era stato pubblicato un avviso in

tal senso ma, purtroppo, tale iter non è mai stato portato a compimento. Si deve ricordare che sia ARCA Lombardia sia SORESA, a suo tempo, avevano istituito un tavolo tecnico (rilevatosi molto utile).
I potenziali concorrenti lamentano anche che si è perpetrata la modifica di alcuni elementi sostanziali del bando di gara in corso. Non solo le aziende hanno contestato il prezzo posto a base d'asta, ma sono emerse talune criticità relative al personale da coinvolgere e alla produttività delle cucine messe a disposizione delle singole aziende ospedaliere. Inoltre, sono state segnalate difformità con riferimento alle planimetrie e allo stato di conservazione degli ambienti. Uno dei potenziali concorrenti si è rivolto al TAR chiedendo l'annullamento previa sospensione della gara.
I giudici amministrativi, nelle more della trattazione dell'istanza cautelare, in ragione della richiesta dell'avvocatura di poter produrre memoria, avevano accolto con ordinanza interlocutoria (al fine di mantenere la re adhuc integra) l'istanza cautelare, sospendendo i termini per la presentazione delle offerte che erano stati fissati al 15 ottobre scorso. I giudici, in seno a detta ordinanza, hanno concesso dieci giorni di tempo alla Regione per depositare documentati chiarimenti, fissando l'ulteriore trattazione dell'istanza cautelare alla camera di consiglio del 7 novembre.

Nell'udienza del 7 novembre i giudici del TAR si sono espressi così: "*Considerato che, secondo la giurisprudenza della Sezione sopra citata e qui condivisa, l'accordo-quadro, per sua natura, detta una disciplina sostanziale del rapporto contrattuale con la/e impresa/e stipulante/i ontologicamente non esaustiva, in quanto destinata ad essere completata in sede di conclusione degli accordi esecutivi, così chè deve ritenersi che la definizione progressiva dell'oggetto del contratto ne costituisce una caratteristica tipica, in considerazione ed in funzione della quale è concepita la relativa struttura normativa (in termini Consiglio di Stato, III, 15 febbraio 2018, n. 982). Ritenuto quindi che non sussistono i presupposti per la concessione della invocata misura cautelare*".
A ben guardare, non si tratta di una vera convenzione ma di una normale gara e non sono previsti accordi specifici tra l'aggiudicatario e le singole aziende sanitarie. A quanto pare, i giudici del TAR non hanno compreso bene i termini della questione.
La partita comunque resta aperta e ci saranno sicuramente altri ricorsi, e chi sa quando vedremo la fine di questa querelle. Sarebbe interessante stimare i costi che hanno sostenuto finora le aziende concorrenti e la Regione Siciliana per questa gara. Con una differenza: che quanto hanno speso le aziende peserà sul bilancio sociale, mentre i soldi spesi dalla Regione sono i nostri.

Avanti **piano**

Nel 2018 le catene del foodservice a stelle strisce hanno aumentato in modo modesto il proprio giro d'affari rispetto al 2017. Colpa del caro affitti e dell'accesa competizione sulle strategie per catturare clienti e dare impulso alle vendite

La classifica dei primi 500 brand del foodservice americano, stilata da Techomic, ci restituisce un mercato che cresce a piccoli passi. Nonostante i 317,7 miliardi di dollari di giro d'affari, le vendite sono aumentate di un misero 3.3% rispetto ai dodici mesi precedenti.
Secondo il rapporto di Technomic, 18 delle 25 principali catene meglio classificate hanno migliorato le loro vendite a livello di sistema rispetto all'anno precedente, contribuendo a innalzare le performance complessive del gruppo delle 500 insegne oggetto dello studio. Pizza Hut, Applebee's e Arby's, in particolare, hanno tutti ottenuto ottime performance di vendita nel 2018.
Subway, al contrario continua a perdere così come nel 2017: vendite a -3,6% (vs 2017) e chiusura di punti vendita (-4,3 % vs 2017). La catena di sandwich ora è al di sotto delle 25.000 location negli Stati Uniti, meno di quante ne avesse nel 2011. Per la prima volta nel 2018, Taco Bell e Chick-fil-A hanno superato i 10 miliardi di dollari di giro d'affari negli States e secondo i ben informati anche Wendy's e Burger King probabilmente raggiungeranno questo traguardo alla fine di quest'anno.

L'avanzata delle catene a tema pollo

Tra le prime 50 catene della classifica Techomic, otto hanno registrato una crescita percentuale in doppia cifra e di queste, tre bastano la propria offerta su menu a base di pollo: Raising Cane's Chicken Fingers (+22,5%), Wingstop (+15,3%) e Chick-fil-A (+13,5%). Nel complesso, la categoria… chicken è cresciuta dell'8,0% nel 2018, accelerando oltre il tasso di crescita dell'anno precedente che era del 7,7%.
Guardando alla classifica, occorre sottolineare come, nel 2018, Chick-fil-A abbia scavalcato nelle vendite colossi del calibro di BK e Wendy passando dal 7° al quinto posto del ranking. Secondo gli analisti di Techomic a sostenere la catena di ristoranti a marchio Chick-fil-A è l'attenzione al servizio e l'uso di ottimi ingredienti.

A proposito di fast casual

Mentre la formula quick service si è adagiata sugli allori con

Numeri e trend

- Negli ultimi cinque anni, le prime 500 catene hanno registrato una crescita media annua delle vendite del 3,8%
- Nel 2018, le prime 100 catene hanno aumentato le vendite del 3,5%, e hanno rappresentato l'83,4% di tutte le prime 500 vendite
- Le aziende stanno perseguendo la crescita attraverso fusioni e acquisizioni; continui investimenti da parte di società di private equity e holding.
- Mentre le catene di ristoranti informali continuano a lottare, i marchi che non sono immediatamente riconoscibili come catene stanno dando buoni risultati.
- L'interesse dei consumatori nei confronti di ristoranti orientati ad un'offerta salutista è in aumento
- Le principali catene (White Castle, Burger King, Carl's, Red Robin) stanno testando menu privi di carne
- I sapori e i cibi asiatici stanno influenzando sempre più i menu delle catene - oltre a specialità giapponesi, tailandesi e coreani, gli chef stanno cominciano a valutare l'introduzione di pietanze malesi, filippine e indonesiane
- Le catene del caffè stanno sfruttando i loro menu con caffè di tendenza/pregiati e bevande al tè, nonché cibi dolci e salati
- Con una crescita delle vendite del 4,5%, le steack house hanno registrato risultati significativamente migliori rispetto ai ristoranti tradizionali (1,4% nel 2018)

una quota di vendite del 62,1%, il segmento fast-casual ha accelerato ma resta in affanno.
Quasi quattro ristoranti su cinque aperti dalle prime 500 catene esaminate nel 2018, erano un concept di questo tipo, tuttavia rispetto agli anni precedenti, la crescita dei punti vendita sta rallentando e nel 2018 le vendite sono state inferiori alle aspettative. Secondo gli analisti, il segmento Fast casual ora rappresenta il 20% delle vendite totali ma è alle prese con un allentamento dello sviluppo da imputare al fatto che le principali catene sono più selettive su come espandersi e dove aprire nuovi ristoranti.

Home Delivery sugli scudi

La consegna a domicilio e gli ordini online con il ritiro in store, continuano ad essere formule di grande successo che stanno rimodellando in parte i modelli di business e i layout dei ristoranti di tutte le principali insegne del foodservice americano. Quasi la metà delle prime 100 catene ha dichiarato di essere in fase di test o di aver dato grande impulso alla consegna. In risposta al traffico aggiuntivo derivante dall'offerta di servizi off-premises (fuori dal store), i ristoranti stanno aggiungendo spazio affinché gli operatori delle consegne aspettino e i clienti possano ritirare gli ordini online senza interferenze.
Le partnership tra società di consegna di terze parti e le prime 50 catene USA hanno fatto notizia nel 2018.
Tra gli esempi più eclatanti segnaliamo: McDonald's & Uber Eats, Starbucks & Uber Eats, Yum Brands & Grubhub, Wendy's & DoorDash, Burger King & Grubhub.
Nel 2018, il delivery ha incassato oltre 10 miliardi di dollari di vendite, in crescita del 42% rispetto all'anno precedente, e le previsioni Technomic prevedono crescite a due cifre anche per gli anni a venire. Ad oggi, la maggior parte degli operatori segnala che questa fetta di business sta incrementando le vendite senza cannibalizzare il traffico in negozio, aspetto fondamentale date le commissioni e i margini inferiori associati all'utilizzo di queste servizi… logistici.

Giro d'affari e numero di punti vendita delle principali catene del foodservice USA 2018

Rank '18	Rank '17	Catena	Segmento	Tipo di menu	Giro d'affari in m	vs. '17	Punti vendita	vs. '17
1	1	McDonald's	Quick Service	Burger	$ 38,524	2.4%	13,914	-0.9%
2	2	Starbucks	Quick Service	Coffee Cafe	$ 19,660	8.3%	14,606	4.9%
3	3	Subway	Quick Service	Sandwich	$ 10,410	-3.6%	24,798	-4.3%
4	4	Taco Bell	Quick Service	Mexican	$ 10,361	5.8%	6,588	2.2%
5	7	Chick-fil-A	Quick Service	Chicken	$ 10,180	13.5%	2,370	6.5%
6	5	Burger King	Quick Service	Burger	$ 9,939	3.3%	7,330	1.4%
7	6	Wendy's	Quick Service	Burger	$ 9,405	1.9%	5,810	0.7%
8	8	Dunkin'	Quick Service	Coffee Cafe	$ 8,787	3.9%	9,419	3.0%
9	9	Domino's	Quick Service	Pizza	$ 6,592	11.2%	5,876	5.2%
10	11	Panera Bread	Fast Casual	Bakery Cafe	$ 5,760	4.7%	2,074	1.5%
11	10	Pizza Hut	Quick Service	Pizza	$ 5,527	0.3%	7,482	-0.5%
12	13	Chipotle	Mexican Grill	Fast Casual	$ 4,805	8.7%	2,452	3.7%
13	14	Sonic Drive-In	Quick Service	Burger	$ 4,447	0.9%	3,606	0.4%
14	12	KFC	Quick Service	Chicken	$ 4,433	0.4%	4,074	-0.9%
15	15	Applebee's	Casual Dining	Menu Vario	$ 4,211	2.3%	1,693	-5.0%
16	16	Olive Garden	Casual Dining	Italian/Pizza	$ 4,083	3.7%	855	1.2%
17	20	Arby's	Quick Service	Sandwich	$ 3,887	7.0%	3,329	1.4%
18	17	Buffalo Wild Wings	Casual Dining	Sports Bar	$ 3,795	-1.0%	1,208	0.2%
19	18	Little Caesars	Quick Service	Pizza	$ 3,675	0.3%	4,262	-1.6%
20	19	Dairy Queen	Quick Service	Frozen Des.	$ 3,655	0.3%	4,406	-1.1%
21	24	Panda Express	Fast Casual	Asian/Noodle	$ 3,524	13.1%	2,105	4.7%
22	21	Chili's Grill & Bar	Casual Dining	Varied Menu	$ 3,500	-1.5%	1,251	-0.1%
23	22	Jack in the Box	Quick Service	Burger	$ 3,466	-0.1%	2,237	-0.6%
24	23	IHOP	Midscale	Family Style	$ 3,234	3.5%	1,705	2.0%
25	25	Popeyes Louisiana K.	Quick Service	Chicken	$ 3,221	5.1%	2,347	6.1%
26	29	Texas Roadhouse	Casual Dining	Steak	$ 2,720	9.8%	533	4.5%
27	26	Papa John's	Quick Service	Pizza	$ 2,712	-9.9%	3,199	-3.5%
28	27	Denny's	Midscale	Family Style	$ 2,662	0.8%	1,578	-1.8%
29	28	Outback Steakhouse	Casual Dining	Steak	$ 2,612	0.4%	733	-0.9%
30	31	Cracker Barrel	Midscale	Family Style	$ 2,439	3.8%	655	1.6%
31	34	Whataburger	Quick Service	Burger	$ 2,416	6.0%	825	0.5%
32	33	Red Lobster	Casual Dining	Seafood	$ 2,405	-1.2%	678	0.1%
33	30	Jimmy John's	Fast Casual	Sandwich	$ 2,168	0.7%	2,840	3.1%
34	35	The Cheesecake Fact.	Casual Dining	Menu Vario	$ 2,127	3.4%	201	1.0%
35	32	Hardee's	Quick Service	Burger	$ 2,120	-3.0%	1,875	0.6%
36	36	Zaxby's	Fast Casual	Chicken	$ 1,849	7.4%	906	3.3%
37	38	LongHorn Steakhouse	Casual Dining	Steak	$ 1,755	5.0%	520	3.0%
38	37	Golden Corral	Quick Service	Family Casual	$ 1,733	-1.4%	489	0.0%
39	41	Five Guys Burgers	Fast Casual	Burger	$ 1,616	12.5%	1,358	2.8%
40	42	Culver's	Quick Service	Burger	$ 1,576	10.5%	686	7.0%
41	39	Red Robin	Casual Dining	Menu Vario	$ 1,506	-3.5%	555	1.3%
42	40	Carl's Jr.	Quick Service	Burger	$ 1,415	-4.4%	1,148	-0.8%
43	44	Waffle House	Midscale	Family Style	$ 1,300	4.0%	1,936	1.4%
44	45	Bojangles'	Quick Service	Chicken	$ 1,296	1.4%	756	-1.0%
45	47	Wingstop	Fast Casual	Chicken	$ 1,207	15.3%	1,124	9.4%
46	50	Raising	Fast Casual	Chicken	$ 1,183	22.5%	400	13.6%
47	43	TGI Fridays	Casual Dining	Menu Vario	$ 1,183	-6.5%	424	-3.2%
48	49	Jersey Mike's Subs	Fast Casual	Sandwich	$ 1,148	17.5%	1,494	11.2%
49	48	BJ's Restaurant & .	Casual Dining	Menu Vario	$ 1,117	8.3%	202	2.5%
50	46	Steak 'n Shake	Quick Service	Burger	$ 1,034	-3.4%	594	1.0%
Top 50					**$ 234,380**	**3.7%**	**161,506**	**0.6%**
Top 500					**$ 317,694**	**3.3%**	**228,440**	**0.7%**

* from a top 500 ranking
Fonte: Technomic Top 500 Chain Restaurant Report

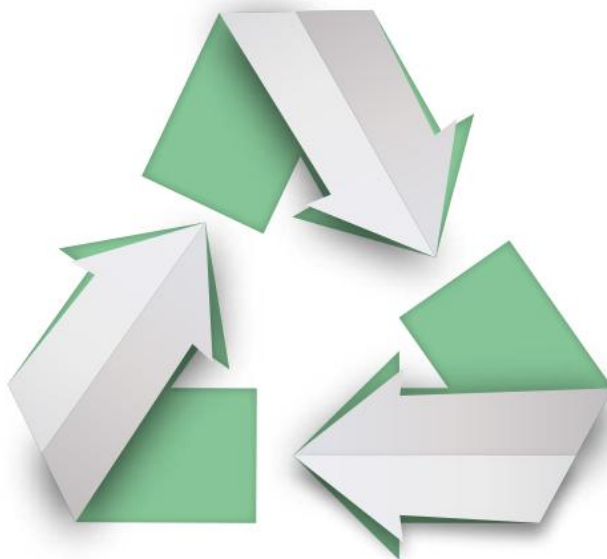
Il cuoco **certificato**

Sotto l'egida di Carlo Cracco, al via per 43 chef ambassador Elior il training presso la Food Academy dell'azienda. Obiettivo: promuovere innovazione, sostenibilità e sperimentazione

di MLA

"Questa è un'epoca felice per dare valore al mestiere di chef": così ha esordito l'amministratore delegato di Elior, **Rosario Ambrosino**, in occasione dell'apertura dell'anno formativo degli "chef ambassador" del gruppo. Che, dall'alto di 106 milioni di pasti serviti in oltre 2.400 punti di servizio da nord a sud dello Stivale, è una realtà di primo piano a livello nazionale per la nutrizione delle collettività.

La cucina delle idee

Ed è proprio presso la *Food Academy* dell'azienda, "la cucina delle idee" ospitata nel centro direzionale *Bodio Center* di Milano, luogo di ricerca, formazione e innovazione, che un cuoco d'eccezione, **Carlo Cracco**, da diversi anni impegnati con Elior nella formazione di giovani cuochi, ha esposto, da collega a collega, una serie di concetti che devono informare il lavoro ai fornelli: "Oggi si parla più di quello che c'è intorno che dentro la cucina: ma è quello che succede in cucina che conta. Anzi, ancora prima, è l'accademia, la formazione il vero pallino di chi fa il nostro mestiere: è qui che ha modo di pensare alle ricette", senza ansie da "prestazione", il sottinteso dell'ex giudice di Masterchef durante l'incontro con i cuochi Elior. Che, proprio presso l'Academy aziendale, fino al prossimo luglio avranno l'opportunità di accedere a training di natura tecnica per approfondire e migliorare le conoscenze relative alla trasformazione e alla preparazione di tutti gli alimenti.
Le sessioni di formazione affrontano le tecniche di valorizzazione, tra gli altri, delle carni, del pesce, della verdura, dei latticini, dei cereali, applicando a ciascuna di esse i principi della dieta mediterranea, elemento chiave nell'offerta gastronomica dell'azienda nelle sue molteplici declinazioni e destinazioni.
Il programma del corso prevede infatti anche alcune sessioni dedicate alle tecniche di training e insegnamento, con l'obiettivo di favorire la migliore interazione tra gli "ambassador" e centinaia di colleghi cui, a cascata, i "magnifici 43" passeranno le nozioni apprese, le competenze acquisite, le esperienze maturate, i principi assorbiti e i trucchi imparati nei prossimi mesi di formazione in sede.
Ad oggi, nell'ambito dei corsi realizzati nella Food Academy Elior, sono state sviluppate oltre 8.000 ricette e gli chef hanno testato mezza tonnellata di materie prime, con un forte investimento sulla crescita del team, al fine di garantire qualità e processi standard in tutti i ristoranti presenti sul territorio nazionale.
È questa formazione il pilastro su cui perfezionare ulteriormente professionalità già di per sé importanti, così da permette di arrivare presto a una sorta di "certificazione" della qualità dei cuochi Elior impegnati a nutrire migliaia di persone nei contesti più disparati: scuole, ospedali, aziende, treni (con *Itinere*), musei, caserme e pubblici esercizi.
Una certificazione di qualità che, in prospettiva, dovrebbe andare a costituire un requisito anche dei bandi di gara, al pari delle certificazioni richieste per altri aspetti centrali ma non più importanti delle competenze e delle capacità di chi prepara i pasti.

Alluminio: l'alternativa sostenibile

Attraverso Contital, il Gruppo Laminazione Sottile, specializzato nella trasformazione dell'alluminio, presenta una serie di contenitori con maniglie e di piatti in alluminio innovativi, pensati per le esigenze della ristorazione collettiva

Nel crescente dibattito sui diversi materiali dei prodotti monouso destinati alla ristorazione collettiva, la sostenibilità ambientale sta acquistando un ruolo sempre più centrale insieme con il tema della sicurezza alimentare dei consumatori.

Nuove abitudini

Tale argomenti stanno portando a ripensare completamente le abitudini consolidate e i prodotti utilizzati negli ultimi decenni per la conservazione e il consumo di alimenti negli esercizi commerciali e nelle nostre case.
L'alluminio è un materiale la cui diffusione in ambito food & beverage è legata a diverse applicazioni, tra cui le più diffuse sono rotoli, contenitori, scatole, pentole e tappi per bottiglie. Nell'attuale processo di ripensamento dei materiali per uso alimentare, l'alluminio e le sue proprietà intrinseche possono essere osservati in una nuova luce che li rivaluta in favore dell'ambiente e dell'utilizzatore professionale.
In tal senso, l'ampliamento delle possibilità di utilizzo nell'ambito della ristorazione collettiva può includere l'uso di contenitori specifici ideati per valorizzare la qualità estetica dei cibi e per trasportare e consumare gli stessi.
I prodotti in alluminio offrono una garanzia di sicurezza per il contatto con gli alimenti e possono essere utilizzati nella fase di cottura/riscaldamento, sia in forni tradizionali che in quelli a microonde (privilegiando la tipologia laccata e seguendo i dovuti accorgimenti). Inoltre, lo stesso contenitore può essere utilizzato anche per la congelazione o surgelazione del cibo permettendo, quindi, un utilizzo del prodotto a 360 gradi.
Dal punto di vista ambientale, il ciclo di vita dell'alluminio è chiuso e senza fine. È, infatti, un materiale riciclabile all'infinito che non perde le sue proprietà con la trasformazione in nuova materia prima. Il riciclo degli imballaggi in alluminio, che in Italia supera l'80 per cento, consente inoltre di produrre materia prima con un risparmio energetico di circa il 95 per cento.

E pluribus, unum

In virtù di tutto ciò, pensando al settore della ristorazione collettiva, l'azienda **Contital**, specializzata nella fornitura di contenitori, vaschette e rotoli in alluminio per il mondo Professional, ha rielaborato due nuove gamme di prodotto, totalmente ideate e prodotte in Italia.
Parte del **Gruppo Laminazione Sottile**, specializzato nella trasformazione di alluminio attraverso l'attività di 8 aziende (oltre a Contital, *Laminazione Sottile, Italcoat e IPS Industrial Packaging Solution* in Italia, *i2r* in UK e Corea del Sud, *PLLANA GmbH* in Germania e *Contital LM Turkey* in Turchia) l'azienda ha realizzato, in versione sia nuda che laccata, una serie di **contenitori con maniglie** che, grazie a un design registrato, garantisce una presentazione dei cibi esteticamente d'impatto e una presa facilitata durante il trasporto. Il colore standard della vaschetta laccata è bianco/terracotta, ma può essere personalizzato con qualsiasi colore e/o logo.
La seconda innovazione è invece rappresentata dalla realizzazione di **piatti in alluminio**, specifici per la ristorazione collettiva. Questo prodotto, di forma quadrata, è disponibile in versione fondo e super fondo e può essere fornito in alluminio nudo e laccato di colore bianco.
Tale scelta dimostra la volontà di creare un punto di continuità con i piatti monouso di altri materiali a cui la clientela è già abituata. I piatti sono stati disegnati in modo tale da assicurare maggiore resistenza e rigidità, essenziale soprattutto nella fase di veicolazione dei pasti. Inoltre, grazie al bordo largo e piano, permettono la sigillatura (a prova di liquido) con i film tradizionali e bio.

Leader Italiano

nella progettazione

di strutture

per la ristorazione collettiva

40

Quarant'anni di esperienza

A tutto vending

Confida presenta i dati 2018 sul settore, che sfiora i 4 miliardi di euro di fatturato, in crescita del 4,7% rispetto al 2017

di MLA

L'Italia è il Paese europeo col maggior numero di distributori automatici installati: ce n'è uno ogni 73 abitanti contro la media Ue di 1 ogni 180. Il parco macchine è cresciuto di oltre 12mila unità nel 2018, con un incremento dell'1,4%. Secondo l'ultimo studio di settore di **Confida**, l'associazione italiana della distribuzione automatica, realizzato in collaborazione con **Accenture**, alla fine dello scorso anno erano 822.175 i distributori automatici presenti in uffici e luoghi pubblici. Un primato a livello europeo: basti dire che nel secondo mercato più esteso, quello francese, le vending machine attive sono circa 600mila e in Germania poco più di 550mila.

Sua maestà il caffè

Sono le aziende private, col 51% del totale (34% attive nell'industria e 17% nel commercio) a rappresentare il luogo privilegiato di collocazione delle macchinette, seguono gli uffici pubblici col 20% e quindi scuola e università con l'11%. La sanità (pubblica e privata) rappresenta il 9% mentre solo il 3% è collocato nei luoghi di transito come le stazioni ferroviarie e le metropolitane.

MASSIMO TRAPLETTI, presidente Confida

Secondo **Massimo Trapletti**, presidente di Confida, l'industria del vending è sempre più un esempio di made in Italy che funziona: il 70% della produzione viene esportato e nel settore lavorano anche 3.000 aziende di gestione che offrono servizi di qualità certificati.

Le "Top 100-2017" del vending in Italia hanno registrato ricavi da somministrazione pari a 1.452.172.930 di euro, con un aumento del 6% rispetto alle "Top 100 – 2016", quando il totale era stato di 1.369.496.108 euro. L'aumento è risultato pari a 6,7%. Nel 2018 il giro d'affari del settore ha raggiunto i 3,94 miliardi di euro, con oltre 12 miliardi di consumazioni complessive, tra cibi, bevande e caffè porzionato (capsule e cialde), in crescita del 4,7% rispetto al 2017.

Sotto il profilo degli acquisti, nell'ultimo anno il fatturato legato ai soli distributori automatici è cresciuto del 3%, lievitando a 1,92 miliardi di euro, le consumazioni sono aumentate dello 0,8%, per un totale che si aggira attorno ai 5 miliardi (Fig. 1 a pag. 44).

Dati questi numeri, in media nel 2018 ogni italiano ha fatto 83 acquisti alle vending machine, che salgono a 97 se consideriamo la popolazione fra 14 e 90 anni. Si tratta di quasi 2 acquisti a settimana. Nel caldo, che assomma 3,2 miliardi di consumazioni (Fig. 2 a pag. 45), il caffè mantiene lo scettro del prodotto più gettonato, con l'86% dei volumi del segmento, che corrispondono a 2,8 miliardi di bicchierini (+1,68%). È come se tutti gli italiani maggiorenni consumassero in media più di un caffè alla settimana davanti al distributore. Il caffè in grani è il più diffuso, con una quota dell'84% e il consumo è progredito ancora nell'ultimo anno dell'1,2%.

Insomma: il caffè del distributore automatico piace sempre di più, a testimonianza dell'elevazione della qualità del prodotto erogato, ottenuto con miscele sempre più pregiate.

Su 991 milioni bevande fredde vendute ai distributori auto-

Fig. 1

		Valore 2018	vs. 2017 %
	Fatturato	1.921.759.824 €	+3,02%
	Consumazioni	5.067.612.560	+0,88%
	Parco Macchine	822.175	+1,42%

matici, lo 0,3% in più rispetto al 2017, l'acqua minerale naturale rappresenta il 77% del segmento, registrando una crescita contenuta (+0,43). L'acqua liscia sfiora un incremento dell'1%, arrivando a quasi 532 milioni di bottigliette vendute, mentre la gasata si contrae di mezzo punto (-0,6%) a 235 milioni di bottiglie. Da sottolineare l'exploit del the freddo (più 4% con 60,3 milioni di consumazioni), degli sport drink (+7% con 9,6 milioni di confezioni) e degli energy drink (+4,5% con 1,8 milioni di consumazioni).

Qui Europa

EVA – European Vending & Coffee Service Association ha elaborato il rapporto su numeri e dati del mercato europeo della distribuzione automatica.
Dal settimo report, che ha considerato sia il parco macchine free standing che le macchine per caffè OCS, emerge una crescita sostenuta dei ricavi in 19 dei 22 Paesi presi ad esame.
Il trend positivo appare rafforzato con una crescita del fatturato annuo totale del 3,9%, arrivato a 16 miliardi di euro, mentre il parco macchine è cresciuto del 1,5%, per un totale di 4,12 milioni di distributori automatici installati.
Ecco i dati salienti:

- in Europa i distributori automatici vendono 95,5 milioni di prodotti al giorno;
- le bevande calde rappresentano il 79% del venduto;
- in media è installata una macchina ogni 180 europei, con oscillazioni che variano nettamente in alcuni stati (ad esempio 60 persone per macchina nei Paesi Bassi/1,865 in Turchia);
- oltre l'80% delle macchine è collocato nei luoghi di lavoro;
- Polonia e Repubblica Ceca sono i Paesi a maggiore crescita (8,4% Polonia; 6,3% Rep. Ceca);
- gli investimenti in bevande premium hanno permesso agli operatori di aumentare il prezzo medio di vendita;
- si riscontra un forte consolidamento dei gestori di molti Paesi a causa del fenomeno delle acquisizioni;
- i micromarket stanno cominciando a svilupparsi, soprattutto in Paesi come la Svezia e la Russia.

Saliscendi

Cala la vendita delle bibite analcoliche: meno 1,47% nel complesso. Nel dettaglio, le bevande al gusto cola, il 66% in termini di volumi, sono le sole a crescere dello 0,9%, con 63,5 milioni di consumazioni. Calo del 6,5% invece per le bevande al gusto arancia, che rappresentano il 22% del comparto, e per le altre bevande gasate, meno 4,3%. In entrambe le categorie sono in contrazione le lattine (-5,2%) e in crescita altri formati (Pet 0,5 e Pet 0,33), su dell'8,8%. Tra le bevande, è il chinotto ha contrarsi di più: -7,14%. Gli italiani che si servono presso le macchinette automatiche prediligono gli snack dolci: sono state 323,3 milioni le confezioni vendute nel 2018 contro 265,4 milioni di consumazioni salate. Insieme, rappresentano il 75% del segmento, stabile.
Avanza invece il cioccolato: +1,8% e 144,6 milioni di pezzi venduti, più in barrette (103,5 milioni) che in tavolette. Tra gli snack dolci si evidenzia una diminuzione per i biscotti (-2,9%) e un aumento per i prodotti da forno (+1,6%).
Fra i salati, invece, meno patatine, arachidi e simili venduti (-1,2%) a fronte di snack a base di pane e derivati, che vedono maggio-

ri acquisti (+1,2%). Anche il formaggio conquista posizioni: +3,4% e 1,45 milioni di confezioni acquistate. Ma la nuova frontiere del vending è la pausa pranzo: attraverso i distributori automatici non si acquistano più solo snack e bevande per un break veloce. Lo testimonia il buon andamento dei pasti pronti, con acquisti in crescita del 3,35%.
I clienti del vending in questo ambito prediligono le pizze (70% dei volumi), seguite da insalate (18%) e pasti da scaldare (12%). Del 4,5% è aumentata anche la vendita dei panini: siamo ormai a quasi 35 milioni di pezzi consumati.

A tutta salute

Sullo sfondo, sono i prodotti bio, con meno zuccheri, a Km Zero e freschi ove possibile a rappresentare le scelte del futuro, per soddisfare le quali le aziende del settore si stanno adeguando.
Esempi a riguardo arrivano dall'incremento dell'8,2% della selezione di nettari e succhi al 100% frutta, anche se rappresentano ancora una nicchia, col 4% del totale, pari a circa 2,5 milioni di contenitori venduti.
Si contrae peraltro la quota di succhi (-3,3%), in particolare arancia (-9%) e pesca (-4%), così come le "bibite alla frutta" (-9,8%).

Al contrario, vanno meglio le bevande bio, che valgono l'1,5% a volumi del totale bevande fredde (esclusa l'acqua): +75% le consumazioni di succhi e +22% quelle di the freddo acquistate alle macchinette nel 2018. Risultato: le bibite a basso contenuto di zuccheri assommano ormai il 4,4% del totale del segmento bevande fredde e sono soprattutto quelle alla frutta ad accelerare le vendite: +72% rispetto al 2017. Dulcisi in fundo, hanno raggiunto l'1% le bevande vegane.

E ancora: le confezioni di frutta vendute lo scorso anno hanno sfiorato la cifra di 3,7 milioni, con una progressione anno su anno dell'8,8%. Frutta secca parimenti sugli scudi col +12,8%. In calo invece del 5,8% gli yogurt, benché se ne vendano sempre molti: oltre 5 milioni.
A loro volta, gli snack biologici, specie quelli salati, proseguono la loro ascesa mettendo a segno un balzo del 25% rispetto al 2017, benché siano solo lo 0,5% di tutti quelli venduti.
Quelli gluten free, infine, aumentano del 15% a volumi, sotto la spinta dei biscotti che hanno fatto boom: +24% a volumi nel 2018.

Fig. 2

		Δ vs. 2017 %
Consumi	5.067.612.560	+0,88%
Caldo	3.279.486.778	+1,14%
Freddo	991.881.112	+0,30%
Snack	787.067.393	+0,64%
Gelati	7.582.799	-6,09%
Pasti pronti	1.594.479	+3,35%

Grafico a torta: 64,72%; 19,57%; 15,53%; 0,15%; 0,03%

Una partnership di successo

Da Allegrini, una nuova formula concentrata a base di batteri, formulata appositamente per l'abbattimento degli odori e l'efficace trattamento degli scarichi, oggetto di un'importante collaborazione tra l'azienda e il ristorante Mexicali di Bergamo di proprietà della nota catena di ristorazione guidata da Tiziano Riva

Dalle cucine dei ristoranti non provengono solo i profumi delle pietanze.
Sempre più diffuso, il problema dei cattivi odori provenienti dalle acque di scarico richiama l'interesse dei ristoratori, che corrono ai ripari preoccupati dalle conseguenze a esso correlate e dai costi di gestione.

Presenza di cattivi odori, elevata frequenza di spurghi nella fossa biologica di aspirazione e disagi per il personale sono stati alcuni dei problemi che il ristorante Mexicali di Bergamo ha dovuto affrontare e risolvere in maniera definitiva. Non è certo una situazione sporadica: Allegrini, azienda leader nel settore della detergenza professionale da oltre 70 anni, afferma che quello

www.allegrini.com

www.mexicali.it

delle acque di scarico è diventato un tema sempre più attuale nel settore della ristorazione commerciale e collettiva e non solo. A essere colpiti sono ristoranti, bar, punti ristoro nelle aree di servizio, mense, scuole e strutture sanitarie come ospedali e case di cura.

Un problema comune a cui però è possibile trovare una soluzione, pratica ed efficace, che non solo consente di **eliminare i cattivi odori e bloccare la formazione e la proliferazione della carica batterica nociva**, ma di **migliorare** anche **le condizioni del pozzetto di raccolta grassi**, di **ridurre il numero degli spurghi** e di **limitare al massimo gli interventi di manutenzione** periodica.

Nel caso specifico, quello del locale di via Carnovali a Bergamo, lo scarico principale della cucina raccoglie sia le acque della lavastoviglie che quelle provenienti dal lavandino. Tramite una tubazione, i liquami convogliano nel pozzetto di raccolta grassi e nella fossa biologica, posta in prossimità degli spogliatoi del personale e adiacente ai servizi igienici, nella quale infatti giungono anche le acque nere delle toilette.

Elemento essenziale per fotografare e analizzare lo status quo del punto ristoro, il **sopralluogo** effettuato dai tecnici Allegrini, con la stretta collaborazione dello storico concessionario CiGi-Service srl, specializzato nella fornitura di detergenti professionali per il settore Ho.Re.Ca. e nella consulenza tecnica su prodotti e attrezzature.

Ed è proprio la **consulenza** la chiave di volta che ha consentito di **instaurare un rapporto di fiducia tra l'azienda e il cliente**: la valutazione delle problematiche riscontrate e la selezione delle soluzioni più appropriate hanno dato il via ad una **partnership di successo**, consentendo al cliente di essere pienamente soddisfatto dei risultati raggiunti.

È stato infatti raccomandato **Enzimall**, un prodotto Allegrini, che recentemente lo ha rilanciato **con una nuova formulazione**: l'additivo batterico, compatibile con gli impianti di depurazione biologici, è costituito da una **speciale miscela di estratti vegetali** e di ceppi batterici sporigeni in grado di produrre **enzimi naturali** che garantiscono ampio spettro di azione, rapidità di intervento e sicurezza. Il prodotto, infatti, è un concentrato enzimatico **innocuo per l'uomo e l'ambiente**, efficace sia in ambienti aerobici sia anaerobici, su superfici, in pozzetti e tubazioni.

Catturando e neutralizzando le molecole che causano i cattivi odori, Enzimall li elimina istantaneamente lasciando l'aria pulita e inodore. Inoltre, è in grado di fluidificare e degradare tutte le sostanze organiche: oli, grassi animali e vegetali, con un'azione fluidificante sulla gran parte dei reflui.

Avere il prodotto giusto per le problematiche riscontrate è fondamentale, ma non è tutto. Allegrini, forte della sua esperienza consolidata in numerose realtà professionali, mette in guardia **sull'utilizzo corretto dei prodotti**, dal giusto dosaggio alle attrezzature correlate più adeguate. Per questo, l'azienda punta a valorizzare il "metodo Allegrini", un sistema di servizi volti al cliente che definiscono un concetto più ampio di fornitura a favore di quello di "partnership". Nella collaborazione, in special modo quella tra Allegrini e Mexicali, il **valore aggiunto** è stato dato infatti dall'**assistenza tecnica** e dall'affiancamento costante dei tecnici Allegrini.

Oltre al servizio di consulenza tecnica e operativa, i tecnici hanno installato uno specifico impianto di dosaggio automatico per una costante erogazione del prodotto.

La pompa dosatrice installata consente infatti di dosare un quantitativo fisso di prodotto in determinati orari della giornata: al termine delle operazioni di lavaggio, dopo il turno del pranzo e di quello della cena.

Niente è lasciato al caso: le quantità del prodotto sono calcolate sulla base del numero medio di pasti serviti, considerando anche la tipologia delle acque di scarico e le dimensioni della tubazione.

I risultati sono stati sensibili: già dopo i primi giorni di trattamento delle acque di scarico con Enzimall, si è verificata una netta riduzione dei cattivi odori e, a distanza di un mese, è stato riscontrato un costante miglioramento della pulizia nel pozzetto e nella fossa biologica.

I vantaggi per il punto Mexicali sono stati apprezzabili sia nel breve che nel lungo termine: a distanza di quattro mesi dall'inizio del trattamento, infatti, sono stati rilevati l'**abbattimento definitivo dei cattivi odori, la netta riduzione degli intasamenti e della relativa manutenzione, il risparmio economico** delle costose operazioni di spurgo e, non da ultimo, la presenza di un **ambiente salubre**, senza disagi né per il personale né per i clienti del ristorante. Inoltre, l'utilizzo di Enzimall, che nella sua funzione di degradare le sostanze organiche allontana gli insetti molesti dagli scarichi, ripristina un ambiente sano in maniera naturale, nel pieno rispetto dell'uomo e dell'ambiente, un tema delicato e sempre più attuale che richiama le coscienze di tutti, anche quelle dei ristoratori.

PER IL TUO RISTORANTE, IL METODO ALLEGRINI

SOPRALLUOGO & REPORT

FORNITURA DI PRODOTTI

CONSULENZA E FORMAZIONE

INSTALLAZIONE IMPIANTO DI DOSAGGIO

ASSISTENZA TECNICA

Efficienti e performanti

Informatica, igiene, consumi e integrazione. È su queste basi che poggia lo sviluppo delle moderne attrezzature per il lavaggio delle stoviglie

di C. Lovisatti - A. Anderloni

Spenti i riflettori su Host, forse la più importante manifestazione mondiale per il mondo delle attrezzature professionali per la ristorazione, possiamo trarre qualche considerazione sulle proposte presentate negli stand dedicati al mondo del lavaggio delle stoviglie, una panoramica assolutamente esaustiva, una offerta proveniente da alcune decine di paesi ed articolata su gamme destinate a dare risposta sia alla domanda di base che alle esigenze più sofisticate e complesse.
In questo scenario la produzione italiana ha ancora una volta riconfermato la sua leadership per i volumi prodotti e per la qualità offerta. Quali le principali innovazioni e quali le linee di tendenza che abbiamo colto in questa visita? Possiamo concentrare l'attenzione su quattro punti nodali: **informatica, igiene, consumi, integrazione**.
Cosa vuol dire oggi **informatica** a bordo macchina?
Essenzialmente semplificazione del dialogo macchina - operatore, controllo dei parametri di funzionamento, autodiagnosi, connettività.
Anche le macchine di "piccola cilindrata" ormai possono disporre, nelle versioni più aggiornate, di software e hardware di alto livello che consentono, oltre alle ormai ovvie funzioni di base di selezione e gestione dei cicli, una personalizzazione del funzionamento mirata a dare risposte ottimali alle specifiche esigenze di ciascuna utenza. La presenza di tutta una serie di monitoraggi garantisce inoltre l'operatività in condizioni costantemente ottimali ed evidenzia qualsiasi anomalia possa pregiudicare la qualità di pulizia attesa.
Certamente la prossima frontiera sarà il tema della **connettività**: già oggi molte macchine sono in grado di dialogare con gli smartphone dei loro operatori o con dispositivi fissi remoti fornendo tutta una serie di informazioni che vanno dai parametri di funzionamento ai consumi energetici al l'effettuazione dei cicli di pulizia macchina. Oltre a questo, consentono attivazione e spegnimento e talvolta anche il dosaggio dei detergenti.

Le lavastoviglie dell'ultima generazione

Possono infine essere collegate al centro di assistenza tecnica cui è stata delegata la manutenzione della macchina per consentire il monitoraggio delle prestazioni, la pianificazione degli interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria con sicuri vantaggi sui costi e sulla qualità del servizio.
Siamo arrivati al punto finale nello sviluppo di queste funzioni? Certamente manca ancora un passaggio fondamentale: il dialogo "orizzontale" tra tutte le attrezzature che compongono l'impianto vuoi in chiave di ottimizzazione energetica vuoi in chiave di monitoraggio e gestione da remoto di tutte le macchine. Certamente non è fantascienza ma per far uscire questo progetto dalla fase sperimentale si pone il problema di conciliare attrezzature operanti con standard di comunicazione spesso molto diversi tra loro.
EFCEM Italia, l'Associazione confindustriale italiana che raggruppa le aziende produttrici di attrezzature per la ristorazione, si è fatta promotrice alcuni anni orsono di un progetto, attualmente in fase di sviluppo, mirato alla definizione a livello mondiale degli standard e delle linee guida alla soluzione di questo ultimo problema. Il prossimo anno sarà oggetto di discussione, a livello nazionale, uno specifico progetto finalizzato alla definizione di un modello comune di dialogo, sulla gestione e protezione dei dati.

Prestazioni e consumi

Abbiamo parlato di informatica che certamente è la parte più visibile che cogliamo in questo

passaggio generazionale del mondo del lavaggio stoviglie ma forse gli sforzi maggiori che in questi anni si stanno compiendo sono su altri due fronti: quello delle prestazioni di lavaggio e risciacquo e quello della riduzione dei consumi energetici.
Pur in assenza di una specifica normativa, indubbiamente oggi una macchina lavastoviglie offre migliori prestazioni e consumi nettamente ridotti rispetto alla sua omologa di dieci anni fa.
La stima è che siamo in presenza di riduzioni dell'ordine del 25-35 % dato che può ulteriormente incrementarsi sulle macchine dotate di sistemi di economizzazione e condensazione. Molto meno facile, in mancanza di oggettivi parametri di valutazione, è valutare i miglioramenti, che peraltro ci sono certamente stati, sulle prestazioni di pulizia e sanitizzazione dei piatti e delle stoviglie. Anche su questo fronte l'Associazione è molto attiva: ad ottobre 2018 si è ufficializzato il tavolo di lavoro sulla norma per la definizione di parametri di prova che garantiranno una uniformità di valutazione delle prestazioni.
Il Gruppo di lavoro *Lavaggio stoviglie* di EFCEM Italia, in collaborazione con l'Università di Udine, sta lavorando alla validazione di uno specifico metodo per facilitare l'esecuzione del test di prova. Grazie allo sforzo dall'Associazione e dalle aziende aderenti, saranno prossimamente disponibili i risultati test di validazione delle prestazioni igieniche per le macchine lavastoviglie professionali.
È, inoltre, obbiettivo dell'Associazione presentare alla prossima edizione di Host le macchine dotate della **doppia etichettatura: energetica e prestazionale (secondo i parametri di igiene)**.
Saranno così posti nelle mani degli acquirenti strumenti di valutazione delle attrezzature che consentiranno scelte sempre più oggettive e consapevoli, analogamente a quanto è accaduto per il mondo della refrigerazione professionale con l'introduzione della etichettatura energetica per gli armadi frigoriferi. E veniamo all'ultimo punto di questa rapida carrellata sul modo del lavaggio: **l'integrazione**.
La macchina lavastoviglie deve sempre più essere considerata come elemento di un sistema integrato che parte dall'**analisi e dal trattamento dell'acqua utilizzata**, passa per la scelta dei detergenti più idonei e si chiude con una corretta **gestione delle acque reflue e dei rifiuti**.
È ormai del tutto noto che un corretto risultato di lavaggio e risciacquo dipende in parte significativa dall'utilizzo di acqua in ingresso con caratteristiche adeguate di purezza e durezza. Senza entrare in questa sede nella definizione di parametri, quello che preme sottolineare è che prima dell'installazione anche della più semplice macchina è opportuno effettuare una corretta analisi dell'acqua che sarà utilizzata, predisponendo gli interventi e gli eventuali impianti necessari per il giusto trattamento. È chiaro che all'inizio possano costituire un costo aggiuntivo, spesso non preventivato in particolare per le piccole utenze, ma l'alternativa è spesso un piatto od un bicchiere con residui che rendono necessaria una ripresa manuale od un incremento di dosaggio dei detergenti che alla fine costituiscono, magari in maniera occulta, un significativo incremento dei costi. Il suggerimento è quindi quello di effettuare sempre un'analisi costi/benefici ed effettuare scelte sulla base di parametri di spesa il più oggettivi possibile.
Altro punto di questa rapida carrellata è un tema al quale prestiamo da sempre pochissima attenzione, in particolare nel mondo della piccola e media ristorazione: il **trattamento dei rifiuti**.
Le grandi installazioni possono contare su progetti sicuramente strutturati per una corretta gestione di queste problematiche mentre sinora limitata attenzione è stata prestata, da tutti gli operatori della filiera, alla soluzione di quello che sino a pochi anni fa era considerato generalmente un non problema. Oggi dobbiamo prendere atto che il processo di ritiro e trattamento dell'apparecchio obsoleto incontra tutt'oggi non pochi elementi critici per la corretta gestione ed eventuale trattamento del rifiuto. Efcem Italia è impegnata nel far chiarezza tra tutti attori coinvolti su quelle che sono le buone pratiche di processo al fine di apportare il contributo positivo di questa industria secondo i principi dell'economia circolare. Per limitare il più possibile che queste problematiche si trasformino in ulteriori costi operativi nella gestione dell'attività di ristorazione è sicuramente opportuno affrontarle con particolare attenzione soprattutto nel momento in cui ci confrontiamo con quello che non è più il semplice acquisto di una lavastoviglie ma di un sistema integrato che comprende anche la gestione del rifiuto; certo una normativa nazionale e spesso complessa, talvolta fluida e di difficile attuazione, per mancata conoscenza delle regole, non gioca a favore ma il tema diviene sempre più ineludibile. Infine, ma certamente non di secondaria importanza, il percorso si chiude con la scelta dei detergenti, degli additivi e dei relativi sistemi di erogazione. Anche su questo fronte l'evoluzione è stata sicuramente rapida almeno secondo tre direttrici: l'efficacia dei trattamenti, la riduzione dell'impatto ambientale e la personalizzazione con proposte specificamente sviluppate per le caratteristiche delle macchine. Risultati di lavaggio, tra cui risciacquo e sanitizzazione, assieme all'impatto ambientale e ai costi sono le variabili da considerare e inserire in un quadro più complesso dato anche da caratteristiche della macchina stessa, ad esempio dimensione e tipologia, e le conseguenti attese di una efficace installazione.

EFCEM ITALIA

EFCEM Italia è l'Associazione che, in seno ad APPLiA Italia, riunisce le imprese del settore professionale per ristorazione e ospitalità, un comparto industriale per l'Ho.Re.Ca. che vede l'Italia leader mondiale con un fatturato che supera i 5 miliardi di euro l'anno e una capacità d'esportazione superiore al 70%. L'Associazione rappresenta il settore Italiano nell'ambito di EFCEM - European Federation of Catering Equipment Manufacturers.

ARISTARCO

Campione di vendite fra le proposte Aristarco è la lavastoviglie sottobanco cesto 50x50cm. Una delle poche nel mercato in grado di lavare le teglie GN 1/1 grazie alla sua notevole altezza utile di lavaggio (36,5 cm). In termini di innovazione segnaliamo il modello AF 40.30E PRS SD con l'aggiunta dell'impianto ad osmosi.

Tale macchine è specifica per chi vuole la migliore qualità di lavaggio e asciugatura dei calici poiché con questa combinazione non è necessario perdere del tempo ad asciugare manualmente i bicchieri. La macchina ha di serie il sistema PRS che garantisce il risciacquo a pressione e temperatura costante.

Aristarco AF 40.30E PRS SD + Impianto Osmosi

Aristarco AF 50.35

COMENDA

Flessibili e compatte, le lavastoviglie a traino Comenda, sono disponibili in configurazioni lineari e ad angolo, pensate per salvaguardare lo spazio, senza rinunciare a un'alta produttività e risultati impeccabili. Le lavastoviglie a tunnel Comenda ti permettono di avere sulla stessa macchina un sistema di controllo elettronico avanzato, che garantisce una connessione da smartphone, tablet e pc, e un sistema ausiliario in grado di garantire, in ogni situazione, anche in caso di una totale mancanza di conoscenza della macchina, un funzionamento base per portare sempre a termine il servizio ottenendo ottimi risultati a costi contenuti.

Interfaccia di controllo C- Smart

Comenda Lavastoviglie a TrainoAC2

Lavastoviglie Electrolux Professional a Capottina Green&Clean

ELECTROLUX PROFESSIONAL

La lavastoviglie Electrolux Professional a Capottina Green&Clean è apprezzata per i suoi bassi costi di gestione e per l'ergonomica e innovativa posizione ad angolo del pannello di controllo che permette la massima visibilità e facilità di utilizzo sia per installazione ad angolo che in linea. Alla Lavastoviglie Electrolux Professional a Cesto Trascinato Green&Clean basta solo un bicchiere d'acqua per lavare un intero cesto di stoviglie sporche! Un dato di fatto che rende la cesto trascinato di Electrolux Professional la lavastoviglie con i costi di gestione più bassi della categoria. Ben - 63% di acqua, -34% di energia elettrica e -62% di detergente e brillantante per un equivalente di 3.240 €/l'anno risparmiati sui costi di gestione.

Lavastoviglie Electrolux Professional a Cesto Trascinato Green&Clean

ELFRAMO

La lavastoviglie Elframo BE 50 a carico frontale con comandi elettromeccanici è tra i prodotti di maggior successo di Elframo. Tra le caratteristiche salienti segnaliamo il telaio e la scocca in acciaio inox AISI 304, con porta a doppia parete. La macchina è disponibile nella versione monofase e trifase. La lavastoviglie C 66 VE IRC a capot vanta i comandi elettronici e l'impianto di recupero calore integrato. Telaio e scocca sono in acciaio inox AISI 304, con struttura a doppia parete. dispone di Isolamento termico su capot, boiler e vasca, è dotata di riscaldamento vasca trifase e di filtri di superficie in acciaio inox in vasca.

Elframo BE 50

Elframo C 66 VE IRC

Ristorando

Da 24 anni, Ristorando è la rivista di riferimento della ristorazione moderna organizzata e un formidabile strumento di aggiornamento per gli operatori del settore oltre che un punto di incontro strategico tra domanda e offerta di servizi di ristorazione

ABBONATI SUBITO

sì

☐ Desidero abbonarmi per un anno (10 numeri) al prezzo di € 60,00

☐ Allego assegno bancario intestato a EDIFIS S.p.A. - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano

☐ Verso l'importo direttamente sul c/c postale n. 36640209
intestato a EDIFIS S.p.A. - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano (Allego Bollettino)

Carta di Credito:

☐ Visa ☐ Mastercard ☐ Eurocard ☐ CartaSì

n° |....|....|....|....|

Data di scadenza ...... / ...... CVV |......|

Data ..../....../...... Timbro e Firma ....

Per una risposta immediata anticipare via fax al n. 02-3451231
o via mail: abbonamenti@edifis.it

Società...
....
Nome...
Cognome..
Funzione..
Indirizzo...
N. Civico..........Cap..................Prov..................
Località..
Prefisso...........Telefono...
Fax...
PartitaIVA...
E-mail:..

N.B. • La ricevuta del pagamento è valida ai fini fiscali.
• Per richiedere comunque fattura ☐
(Barra la voce interessata con X)

Edifis SpA • Viale Coni Zugna, 71 • 20144 Milano • Tel. 02 3451230 • Fax 02 3451231

KRUPPS

La linea KORAL si distingue per la sua ampia gamma di modelli adatti per ogni situazione. Il sistema di controllo tramite la scheda elettronica fornisce grandi possibilità di personalizzazione in base alle diverse esigenze, consentendo di regolare con precisione qualsiasi parametro e garantire risultati di lavaggio sempre ottimali. Campione di vendite della linea Koral è la lavastoviglie Krupps K560E capace di lavare sia bicchieri di diversa forma e dimensione sia 18 piatti per ciclo con diametro massimo di 350mm grazie ai cestelli in dotazione, con una produttività massima di 40 cesti/ora (540 piatti/ora). L'innovativo display UNIKO touch che utilizza delle semplici icone, rende facile e intuitiva qualsiasi operazione, dalla scelta del ciclo di lavaggio più adatto, al controllo del suo avanzamento, oltre a dare la possibilità di monitorare sempre lo stato della lavastoviglie con facilità. Da segnalare in termini di innovazione, la lavastoviglie EL51ES estremamente compatta e ideale per tutte le installazioni sottobanco; al suo interno è possibile lavare sia bicchieri di diversa forma e dimensione sia 18 piatti ad ogni lavaggio con diametro massimo di 310mm.
La grande varietà di cicli di lavaggio rende la lavastoviglie personalizzabile in base ad ogni necessità. Il servizio di Autodiagnosi costante permette di ridurre al minimo i fermi-macchina avvertendo in tempo reale il tecnico grazie al sistema di controllo Wi-Fi IKLOUD che dà la possibilità di agire da remoto per modificare i parametri della lavastoviglie e risolvere la situazione in real-time.

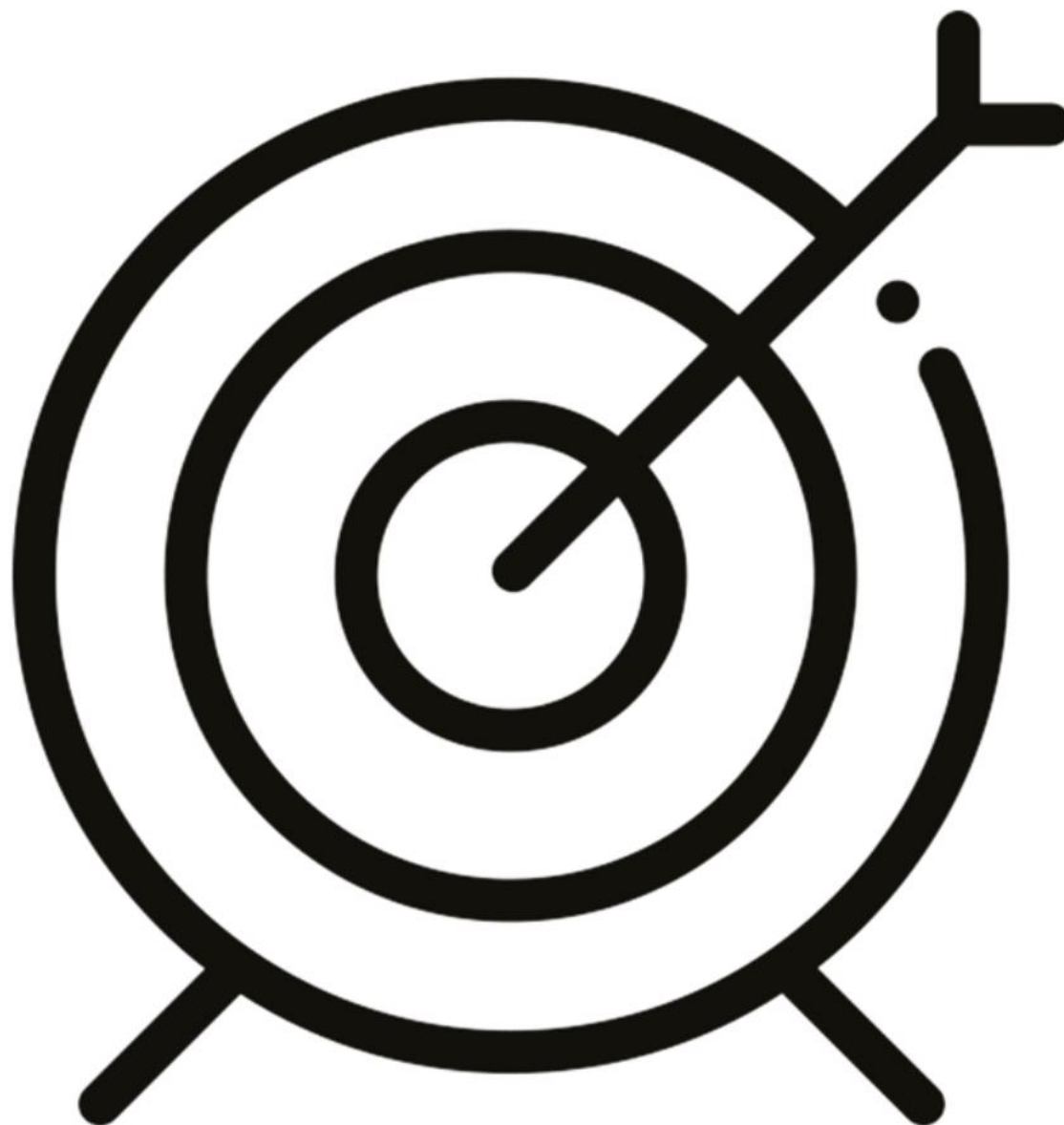
KRUPPS modello EL51ES

KRUPPS modello K560E

Meiko M-iClean UM

MEIKO

La MEIKO M-iClean UM con modulo di osmosi inversa GiO è il modello della gamma Meiko più venduto nel 2018.
Questa macchina consente di risparmiare spazio e abbattere costi di installazione e manutenzione. Fra gli atout della lavastoviglie segnaliamo un alta efficienza in termini di recupero di calore grazie al ComfortAir MEIKO che assorbe fino all'80 % del vapore e offre così un lavaggio confortevole, pratico e veloce. Un sistema separato di circolazione dell'acqua di alimentazione garantisci ottimi risultati sotto il profilo dell'igiene.
Con la M-iClean HXL, efficienza, risparmio di risorse e risultati di lavaggio sono ottimali. Sono queste le caratteristiche che ci si aspetta dalle moderne lavastoviglie professionali a cui Meiko aggiunge un'ergonomia senza precedenti e un'efficienza economica ai massimi livelli con la La M-iClean H. Tra le sue doti segnaliamo la netta riduzione dei tempi di lavaggio e di asciugatura e quindi un rapido riutilizzo delle stoviglie. La riduzione dei costi di esercizio e del personale con sequenze di movimento più facili ed ergonomiche
Sotto la doppia capote della M-iClean HXL c'è poi spazio per due cesti pieni di stoviglie. Pertanto la macchina lava con facilità bicchieri, posate e stoviglie allo stesso modo di ingombranti pento le, padelle e teglie con un rendimento di 120 cesti all'ora.

Meiko M-iClean HXL

L'innovazione al servizio della qualità

Il nuovo sistema di identificazione integrato nella linea Smart Polibox® Easy Plus, soddisfa la crescente richiesta degli operatori di tracciare dettagliatamente le spedizioni e le consegne di pasti ed alimenti

I prodotti alimentari e termo-deperibili hanno necessità di requisiti molto elevati, in particolare: la conservazione in un ambiente sicuro dal punto di vista igienico-sanitario, la protezione meccanica causata dalla veicolazione degli stessi ed il controllo della temperatura. I contenitori isotermici Polibox® sono la soluzione ideale per garantire un trasporto a norma ed ora, grazie all'integrazione con sistemi innovativi, permettono di ottenere prestazioni ancora più elevate: **la tracciabilità dei pasti**.

Il sistema Smart Polibox® prevede l'installazione di un dispositivo **RFID** (Radio-frequency identification) all'interno del contenitore che permette il tracciamento durante tutta la movimentazione.

Questo permette di rendere 'intelligente' ogni contenitore isotermico dando a chi lo utilizza la possibilità di gestire una serie di informazioni che consentono di creare un archivio informatico che parla sia dello stato attuale sia della storia del contenitore.

Smart Polibox® Easy Plus è una soluzione basata su un'App ed una WebApp che dialogano per raccogliere, archiviare e gestire dati di tracciabilità basati sulla firma digitale (Tag) di ogni Smart Polibox®.

Questo sistema semplifica in modo intuitivo le procedure di tracciabilità dei contenitori isotermici Polibox®, certificando tramite "E-Signature" i processi operativi normalmente utilizzati per la consegna dei prodotti termo-deperibili.

Le operazioni che sono state definite sono: SPEDIZIONE (indica il punto in cui si è "Caricato" lo Smart Polibox® associando un luogo di partenza ed uno di destinazione che vengono comunicati al Cloud); **CONSEGNA** (per associare l'avvenuta consegna in una determinata destinazione) e **RIENTRO** (la restituzione da un cliente e/o luogo di destinazione di un Smart Polibox® ricevuto).

Smart Polibox® garantisce la possibilità di aggiornare in tempo reale la base di dati in maniera totalmente automatica. Grazie alla tecnologia RFID che identifica in modo univoco un oggetto e il suo contenuto, diventa impossibile commettere errori durante tutte le operazioni. L'RFID permette inoltre di identificare gli oggetti senza bisogno che siano a vista e di identificare simultaneamente più contenitori.

Grazie al Cloud gli utenti registrati possono consultare i dati trasmessi dalle loro App, effettuare ricerche con vari filtri, esportare i dati per produrre statistiche e stampare gli "**Attestati di Conformità al sistema di Tracciabilità Smart Polibox® Easy Plus**".

L'elaborazione di questi dati è fondamentale perché permette, a chi ne è competente, di poter monitorare costantemente il flusso dei contenitori e di correggere tempestivamente eventuali situazioni negative. Le nuove tecnologie innovative Polibox® offrono prestazioni coerenti ai criteri di sicurezza igienico sanitaria oltre che sensoriale, offrendo così agli utilizzatori finali cibi di maggior qualità e più sicuri.

S.D.S.
Via Campo dei Fiori, 13
20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200
Fax +39 02 37074208
sds@gruppods.it
www.gruppods.it

Nuove regole per **comunicare il prodotto**

Dal 1° aprile 2020 sarà applicabile il Regolamento (UE) n. 2018/775: una disciplina mal congegnata e di difficile applicazione che costringerà gli operatori a ripensare non solo le etichette ma anche le strategie di comunicazione dei prodotti

di Daniele Pisanello, LEX ALIMENTARIA

Dal 1° aprile 2020 sarà applicabile il **Regolamento (UE) di esecuzione della Commissione (UE) n. 2018/775** che prevede le modalità applicative di fornitura delle informazioni sull'*ingrediente primario* secondo quanto stabilito dall'art. 26(3) del Regolamento n. 1169/2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti (RFI). Quest'ultima disposizione del regolamento quadro, prevede che quando è fatto riferimento al paese di origine o al luogo di provenienza "attraverso qualunque mezzo, come diciture, illustrazioni, simboli o termini che si riferiscono a luoghi o zone geografiche", e questo richiamo territoriale non coincide con quello dell'ingrediente primario dell'alimento, si debba fornire una informazione specifica sull'origine di quest'ultimo: la confezione di biscotti con la bandiera tricolore e la dizione "made in Italy", rispetto ai quali l'ingrediente primario (presumibilmente la farina di grano tenero) non sia italiano, dovrebbe contemplare l'ulteriore informazione specifica sull'origine della farina.

Più facile a dirsi che a farsi. Si tratta infatti di una disciplina mal congegnata e di difficile applicazione, che costringerà gli operatori a ripensare non solo le etichette ma, come si vedrà, la stessa impostazione di talune strategie di comunicazione del prodotto, specie quelle che dell'ancoraggio territoriale più o meno pregnante, fanno una leva di marketing.

Quando sussiste l'obbligo informativo

Un primo elemento di non banale complessità è determinare quando realmente sussiste l'obbligo informativo: due condizioni sono necessarie. La prima è che sia indicato il paese di origine (PO) o il luogo di provenienza (LP), sia su base strettamente volontaria o in attuazione dell'art. 26.2(a), Reg. 1169/2011. Come vedremo il regolamento della Commissione non si limita alle etichette, anche se queste costituiscono il principale oggetto di attenzione.

L'indicazione del PO o del LP, rilevante ai fini della disciplina in parola, può essere fornita mediante "***qualunque mezzo****, come diciture, illustrazioni, simboli o termini che si riferiscono a luoghi o zone geografiche*": l'immagine dell'Italia, il tricolore, il profilo di una regione, l'immagine di un monumento, a patto che sia decodificabile come indicazione di un luogo di produzione, è sufficiente a integrare la prima condizione. Sono escluse le **denominazioni usuali e generiche**, le quali pur indicando letteralmente l'origine, non sono comunemente interpretati come una indicazione di origine/provenienza: spaghetti alla bolognese; insalata russa; gulash ungherese; salsiccia Frankfurter; etc.

La stessa, delicata, valutazione andrebbe fatta nel caso di menzioni quali "stile", "alla maniera", "tipo" o a casi, tutt'altro che marginali, in cui una dicitura o una immagine non necessariamente o ex se costituiscono un riferimento a zone o luoghi geografici. La **seconda condizione** è che l'ingrediente primario (IP) dell'alimento abbia un PO o un luogo di provenienza LP diverso dal PO/LP dichiarato sull'alimento. Tornando al caso del biscotto made in

Italy: se la farina di grano, ammesso per ipotesi che sia l'IP, avesse origine italiana non vi sarebbe ragione di applicare la disciplina in parola; se la farina fosse francese, invece, entrambe le condizioni sarebbero presenti e dunque si dovrebbe applicare il regolamento n. 2018/775.

Occorre quindi richiamare la definizione di "ingrediente primario", fornita dal regolamento n. 1169/2011: "*l'ingrediente o gli ingredienti di un alimento che rappresentano più del 50 % di tale alimento o che sono associati abitualmente alla denominazione di tale alimento dal consumatore e per i quali nella maggior parte dei casi è richiesta un'indicazione quantitativa*".

I criteri per individuare l'IP (o gli IP) possono essere due: il criterio **quantitativo** oppure il criterio **qualitativo**.

A parere di chi scrive, l'uso della disgiuntiva («o») comporta che l'Operatore del Settore Alimentare Responsabile delle Informazioni (OSARI, art. 8.1, RFI) sia nelle condizioni di individuare l'IP secondo **margini di giudizio relativamente flessibili** purché rispettosi dei requisiti di lealtà dell'informazione secondo l'art. 7, RFI. In tale direzione la valutazione delle diverse caratteristiche del prodotto può giocare un ruolo fondamentale nella *appropriata* definizione dell'ingrediente primario: ad esempio, per la birra, dal punto di vista quantitativo l'acqua sarebbe l'IP, il che per il consumatore non rappresenta una informazione rilevante quanto gli altri ingredienti, quali il luppolo, il malto o altri, impiegati nella ricettazione. Non è neppure da escludersi che lo stesso prodotto alimentare abbia **più ingredienti primari** (si pensi allo yogurt alla fragola, dove l'ingrediente primario quantitativo è il latte e quello qualitativo è la fragola) o che **non ne abbia**. Quest'ultimo caso potrebbe verificarsi in prodotti altamente trasformati per il quale diventa difficile capire quale sia l'ingrediente legato al requisito qualitativo: muesli, macedonie di frutta, minestrone, bevande analcoliche a base di acqua e di aromi, integratori alimentari.

Le esenzioni: denominazioni usuali, prodotto DOP-IGP, marchi registrati

Il regolamento n. 2018/775 prevede situazioni che sono a vario titolo escluse dalla nuova disciplina in commento. Delle **denominazioni usuali e generiche** si è già detto. Per lo stesso motivo sono esclusi i marchi sanitari apposti su alcuni prodotti alimentari di origine animale in forza del regolamento (CE) n. 853/2004. Escluse sono pure le **indicazioni geografiche** dei prodotti alimentari (Reg. (UE) n. 1151/2012) dei prodotti agricoli (Reg. (UE) n. 1308/2013), bevande spiritose (Reg. (CE) n. 110/2008, oggi Reg. (UE) n. 2017/787) e dei prodotti vitivinicoli (Reg. (UE) n. 251/2014), o protette in virtù di accordi internazionali. Ad avviso dell'autore la deroga potrebbe includere anche l'uso di un ingrediente a denominazione protetta (esempio: le arance rosse di Sicilia IGP nelle marmellate), salvo il rispetto delle condizioni di impiego previste dalla normativa di settore. Una terza esclusione riguarda i "*marchi d'impresa, registrati, laddove questi ultimi costituiscano un'indicazione dell'origine*": si tratta in questo caso di una deroga temporanea in attesa dell'adozione di norme specifiche sul punto, ammesso e non concesso che tali disposizioni specifiche vedranno mai la luce. È questo un profilo delicato non solo perché non chiarisce alcuni dubbi legittimi (è sufficiente la registrazione di un marchio nazionale in uno qualsiasi dei Paesi UE? Marchio europeo? Eccetera)

i Convegni

di **Ristorando**

Media partners:

in collaborazione con:

11° EDIZIONE
MOSTRA CONVEGNO

1-2 OTTOBRE 2020

Centro Convegni "Le Stelline" Milano - Corso Magenta, 61

L'APPUNTAMENTO BIENNALE DEI PROFESSIONISTI DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Per informazioni sul Convegno e sponsorizzazioni: convegni@edifis.it - pubblicita@edifis.it

ma anche perché non è così pacifico che un regolamento di esecuzione, quale questo, possa introdurre deroghe di tal ampiezza, sia pur su base temporanea e potenzialmente sine die, al regolamento quadro (Reg. 1169/2011).

Come e quando adempiere all'obbligo

Il regolamento consente due opzioni: la prima, relativamente più facile, consiste nel fornire, in corrispondenza del richiamo territoriale dell'alimento, la dicitura del seguente tenore: *"(nome dell'ingrediente primario) non proviene/non provengono da (paese d'origine o luogo di provenienza dell'alimento)"* o *"una formulazione che possa avere lo stesso significato per il consumatore"*.

La seconda opzione prevede che sia fornita una indicazione specifica di un determinato livello geografico secondo la griglia dal regolamento di esecuzione e precisamente: "UE", "non UE" o "UE e non UE"; o una regione/altra zona geografica all'interno di diversi Stati membri (SM) o di paesi terzi (PT), purché definita dal diritto internazionale pubblico o ben chiara per il consumatore medio normalmente informato; o uno o più Stati membri o paesi terzi; o una regione o qualsiasi altra zona geografica all'interno di uno SM o di un PT, ben chiara per il consumatore medio normalmente informato; o il paese d'origine o il luogo di provenienza, conformemente alle specifiche disposizioni dell'Unione applicabili agli ingredienti primari in quanto tali; la zona di pesca FAO/mare/corpo idrico di acqua dolce se definiti dal diritto internazionale o ben chiari per il consumatore medio normalmente informato.

In ogni caso l'informazione è fornita nello **stesso campo visivo** dell'indicazione del PO/LP alimento con caratteri di dimensioni non inferiori a quelle previste dall'art. 13.2, RFI. Inoltre se l'*indicazione* è fornita in *forma scritturale* (es. Prodotto italiano) la parte mediana (altezza della x) è pari ad almeno il 75 % di quella utilizzata per l'indicazione di PO/PL dell'alimento.

Quanto ai tempi di adeguamento: gli alimenti immessi sul mercato o etichettati prima della data di applicazione del regolamento n. 2018/775 possono essere commercializzati sino ad esaurimento delle scorte. Da questa data, inoltre, i decreti interministeriali nazionali sull'origine del latte e derivati, grano e riso, pomodoro perderanno, sicuramente, efficacia come chiarito anche dal Ministero competente (MiPAAF). È forse questa, l'unica buona notizia in un panorama che sta togliendo la serenità a molti addetti ai lavori.

Contare gli alberi, riconoscere il bosco

Dalla succinta disamina della disciplina si comprende agevolmente che essa impatta profondamente sulle modalità di realizzazione delle etichette e, più in generale, sulla comunicazione del prodotto. Essa, infatti, non sembra limitata alla sola etichettatura dei prodotti alimentari preimballati. Basti dire che nel testo del regolamento n. 2018/775 non compare mai la parola etichette: ne deriva la conseguenza - ove ve ne fosse bisogno - che questa disciplina è potenzialmente idonea ad applicarsi a tutte le ipotesi di comunicazione sul prodotto alimentare. Dalle prime esperienze pare potersi dire che, al di là di una certa approssimazione redazionale e ineludibili complessità applicative, la difficoltà maggiore riposa tuttavia nell'esercizio della responsabilità dell'impresa alimentare responsabile delle informazioni (art. 8.1/2, RFI).

La lettura e comprensione delle linee guida, in fase di elaborazione al momento in cui questo contributo è stato redatto, conferma che non esistono soluzioni prêt-à-porter buone per tutte le soluzioni e ciò – a ben vedere - per la considerazione che spetta l'OSARI valutare e valutare con adeguatezza secondo un approccio che tenga conto dei criteri fondamentali del diritto alimentare. È da un insieme di elementi (composizione e natura del prodotto; interesse presumibile del consumatore rispetto all'origine di un ingrediente; comunicazione del prodotto) che si può trarre argomento per definire decisioni sostenibili rispetto alle scelte di conformità.

Da questo punto di vista, l'elasticità di una serie di requisiti previsti dal Regolamento n. 2018/775 impone una valutazione approfondita e multidisciplinare che includa argomenti tecnici, demandati a tecnici competenti, e giuridici, demandati a consulenti legali o avvocati competenti: nessuna delle due categorie ora richiamate, infatti, può dirsi in grado, da sola, di *contare gli alberi e riconoscere il bosco.* Detto in altri termini, questa disciplina, per quanto pasticciata e opinabile nella sua stessa ratio, chiama in gioco e rimette al centro la posizione di garanzia dell'operatore del settore alimentare (art. 17.1, Reg. n. 178/2002 in combinato disposto con artt. 7 e 8 del Reg. n. 1169/2011) e le sue responsabilità. Orbene, la responsabilità è sempre esercizio di una libertà di scelta, più o meno delimitata. E non vi è pena se non si versa per lo meno in colpa, il controcanto della valutazione approfondita richiesta da questo nuovo regolamento di legislazione alimentare europea.

La Borsa delle Imprese
della Ristorazione Moderna

I contratti del mese in Italia pag. 62

L'exploit è servito

Ennesimo exploit del monitor che aumenta di 74 contratti in questa tappa.
Stavolta è la commerciale a fare il botto, con 30 nuove aperture, 17 delle quali concentrate nella nuova food hall del Curno Shopping Center in provincia di Bergamo. Le scuole, che solitamente fanno da battipista, condividono la seconda piazza, in termini di incremento, con i buoni pasto, in crescita entrambi di 17. La sociosanitaria con 7, l'aziendale con 2 e il vending con 1 segnalazione in più chiudono la classifica.

(Nell'ottava rilevazione abbiamo censito 618 contratti e 182 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE
DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulti la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.

Case di Cura, Cliniche, Ospedali

DUSSMANN SERVICE	5 contratti
♦ ASST VALCAMONICA, ESINE (BS) ♦ ASST VALTELLINA E ALTO LARIO, SONDRIO 3 contratti precedenti	
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto
♦ FONDAZIONE IRCCS CA' GRANDA OSPEDALE MAGGIORE POLICLINICO, MILANO	
EURORISTORAZIONE	1 contratto precedente
EUTOURIST NEW	1 contratto precedente
FABBRO	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	3 contratti
♦ BUSINESS PARK DI DEA CAPITAL, ROMA 1 contratto precedente	
SERENISSIMA RISTORAZIONE	3 contratti
♦ ASST PAVIA 2 contratti precedenti	
VIVENDA	1 contratto
♦ AZIENDA USL VAL D'AOSTA	

Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali

CAMST	2 contratti precedenti
CIRFOOD	2 contratti precedenti
COOPERATIVA DI LAVORO SOLIDARIETÀ E LAVORO SOC. COOP	1 contratto precedente
DOM.PLA.	1 contratto precedente
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto precedente
EURORISTORAZIONE	3 contratti precedenti
FORMULA SERVIZI SOC. COOP.	1 contratto precedente
GEMEAZ ELIOR	2 contratti precedenti
♦ ASP MASACCIO, SAN GIOVANNI VALDARNO (AR) 2 contratti precedenti	
INCONTRO SOC. COOP. SOC	1 contratto precedente
LA CASCINA GLOBAL SERVICE S.R.L.	1 contratto precedente
MARKAS	2 contratti precedenti
PELLEGRINI	3 contratti precedenti
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente
SIR SISTEMI ITALIANI RIST.	1 contratto precedente
SOCIETÀ COOPERATIVA DOLCE	1 contratto precedente
SODEXO ITALIA	4 contratti precedenti
VIVENDA	1 contratto
♦ AZIENDA COMUNALE SERVIZI DEL COMUNE DI NOVA MILANESE (MB)	

Forze Armate e Corpi Militarizzati

C.O.T. SOC. COOP.	1 contratto precedente
FOOD SERVICE	1 contratto precedente
KLAS SERVICES	3 contratti precedenti
NOI SOCIETÀ COOP. SOCIALE	1 contratto precedente
RISTOSERVICE	1 contratto precedente
S.L.E.M.	2 contratti precedenti
SERENISSIMA RISTORAZIONE	2 contratti precedenti

Mense Aziendali

CAMST	1 contratto
♦ BIOINDUSTRY PARK DI COLLERETTO GIACOSA (TO)	
CAPITAL SRL	1 contratto precedente
CIRFOOD	2 contratti precedenti
CIRIO	1 contratto
♦ BIOINDUSTRY PARK DI COLLERETTO GIACOSA (TO)	
LADISA	2 contratti precedenti
LA ROMANA SOCIETÀ COOPERATIVA	1 contratto precedente
PELLEGRINI	19 contratti precedenti
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente
SERIST	1 contratto precedente
SMA RISTORAZIONE SRL	1 contratto precedente
VICOOK	1 contratto precedente

Scuole Private ed Università

CAMST	1 contratto precedente
COMPASS GROUP	1 contratto
♦ UNIVERSITÀ DEL PIEMONTE ORIENTALE - CAMPUS UNIVERSITARIO DI NOVARA	
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto
♦ ERSU CATANIA, MENSE UNIVERSITARIE CENTRO E CITTADELLA, CATANIA	
GRUPPO ARGENTA	1 contratto precedente
HOSTARIA DA MASSIMO DI PEDDIOMASSIMO	1 contratto
♦ ERSU CAGKIARI, SEDE DISTACCATA DI NUORO	
ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI	1 contratto precedente
PEDEVILLA	1 contratto precedente
PROGRESSO VENDING	1 contratto precedente
RISTO 3	1 contratto precedente
SACCO GIUSEPPE	1 contratto precedente
SAPORI CAMPANI	1 contratto precedente
SERIM	2 contratti precedenti
SODEXO	1 contratto precedente
SMA SNC	1 contratto precedente
VIVENDA	2 contratti precedenti

Scuole Pubbliche

4 STELLE	1 contratto
♦ COMUNE DI LANUSEI (SS)	
A&C PRIVATE	1 contratto precedente
ARCOBALENO SERVIZI & SERVIZI SOC.COOP.	1 contratto precedente
AVENDO	1 contratto precedente
BEATRICE SOC. COOP.	1 contratto precedente
BLUELINE SOC. COOP. SOC	1 contratto precedente
BIORISTORO ITALIA	2 contratti precedenti
BRIN MENSEGESTIONE RISTORAZIONE COLLETTIVA	1 contratto precedente

Scuole Pubbliche

Impresa	Contratti
CAMST	25 contratti
♦ COMUNE DI CAGLIARI ♦ COMUNE DI SAN GIOVANNI IN MARIGNANO (RN) ♦ 23 contratti precedenti	
CARIBÙ CATERING	1 contratto precedente
CATERING	1 contratto precedente
CIMAS	1 contratto precedente
CILENTO MENSE	1 contratto precedente
CIMAR	1 contratto precedente
CIRFOOD	20 contratti
♦ COMUNE DI CAPALBIO (GR) ♦ 19 contratti precedenti	
CO.RI.SAR	1 contratto
♦ COMUNE DI CAGLIARI	
COOPERATIVA AVVENIRE SOC. COOP. ONLUS	1 contratto precedente
COOPERATIVA DI LAVORO E SOLIDARIETÀ E LAVORO SOC. COOP	1 contratto precedente
COOPERATIVA LA PESCHIERA	1 contratto precedente
COSELP	2 contratti precedenti
DIAPASON SOC. COOP. SOCIALE	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	27 contratti
♦ COMUNE DI NOVARA ♦ 26 contratti precedenti	
E.P. SPA	6 contratti
ELIOR RISTORAZIONE	14 contratti
EUROMENSE	1 contratto precedente
EURORISTORAZIONE SRL	16 contratti
♦ COMUNE DI ORIGGIO (VA) ♦ 15 contratti precedenti	
EUTOURIST NEW SRL	1 contratto precedente
FA.MA	1 contratto precedente
FABBRO SPA	1 contratto precedente
FERRARA SRL	1 contratto precedente
G.M.I. SERVIZI SRL	3 contratti precedente
GAM SRL	2 contratti precedenti
GEMEAZ ELIOR	8 contratti
♦ COMUNE DI AZZANO DECIMO (PD) ♦ COMUNE DI CHIONS (PD) ♦ 7 contratti precedenti	
GEMOS SOC. COOP.	4 contratti
♦ COMUNE DI VIGARANO MAINARDA (FE) ♦ 3 contratti precedenti	
GESTIONE SERVIZI INTEGRATI S.R.L.	1 contratto precedente
GFI FOOD SRL	1 contratto precedente
GLOBAL SERVICE S.R.L.	1 contratto precedente
GUSTO E CO. SOCIETÀ COOPERATIVA	1 contratto precedente
GUSTOLANDIA	1 contratto precedente
IRIS SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	1 contratto precedente
ITALIA CHEF SRL	2 contratti precedenti
LA CASCINA GLOBAL SERVICE S.R.L.	10 contratti precedenti
LA FENICE SRL	2 contratti precedenti
LA GROTTA DI SERGIO VARVARA	1 contratto precedente
LA MEDITERRANEA SOC. COP.	3 contratti
♦ COMUNE DI RUVIANO (CE) ♦ COMUNE DI SAN PRISCO (CE) ♦ 1 contratto precedente	
LA QUERCIA COOPERATIVA SOCIALE	1 contratto precedente
LADISA	11 contratti precedenti
LARIUS SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	1 contratto precedente
MARKAS	4 contratti
♦ COMUNE DI TARCENTO (UD) ♦ 3 contratti precedenti	
ME.CA S.R.L.	1 contratto precedente
NENÈ SERVICE	1 contratto precedente
NEW FOOD SCS	1 contratto precedente
NOI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	2 contratti precedenti
PAP	1 contratto precedente
PASTORE SRL	2 contratti precedenti
PRONTO CHEF999	1 contratto precedente
PROGETTO 200 SOC. COOP. SOC	1 contratto precedente
PUNTO RISTORAZIONE SRL	5 contratti precedenti
RAG. PIETRO GUARNIERI FIGLI S.R.L.	1 contratto precedente
RI.CA SRL	1 contratto precedente
RISTO.SI. S.R.L.	3 contratti precedenti
RISTORAZIONE DI GIULIA BARBERO & C.S.A.S.	1 contratto
♦ COMUNE DI CENTALLO (CN)	
RISTOR PLUS S.R.L	1 contratto precedente
RISTORAZIONE OTTAVIAN SPA	5 contratti precedenti
S. LUCIA SOC.COOP.SOC. DI SOLID. ONLUS	1 contratto precedente
SAGIFI	2 contratti precedenti
SAN GREGORIO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	1 contratto precedente
SCAMAR	1 contratto precedente
SERCAR RISTORAZIONE COLLETTIVA	4 contratti precedenti
SERENISSIMA RISTORAZIONE	6 contratti
SIARC	2 contratti precedenti
SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	9 contratti precedenti
SLEM SRL	2 contratti
♦ COMUNE DI PIANO DI SORRENTO (SA) ♦ 1 contratto precedente	
SOC.MEDITERANNEA SUD RISTORAZIONE	1 contratto precedente
SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE PROGETTO 2000	1 contratto precedente

Ristorazione collettiva

SODEXO	20 contratti
♦ **COMUNE DI LEGNARO (PD)**	
♦ 19 contratti precedenti	
TORTORA S.P.A.	1 contratto precedente
TURRINI RISTORAZIONE S.R.L.	1 contratto precedente
TUTTIGIORNI	1 contratto precedente
VEGEZIO S.R.L.	1 contratto precedente
VOLPI PIETRO SRL	1 contratto precedente
VILLA PERLA SOC. COOP A R.L.	1 contratto precedente
VIVENDA	2 contratti
L'AQUILA	1 contratto precedente

Ristorazione commerciale

Esercizi Urbani e Centri Commerciali	
10 DIEGO VITAGLIANO	1 contratto precedente
AL MERCANTE	1 contratto precedente
ALICE PIZZA	2 contratti
♦ **CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)**	
♦ 1 contratto precedente	
AMOR	1 contratto precedente
BEFED	1 contratto precedente
BERBERÈ	1 contratto precedente
BIOESSERÌ	1 contratto
BISTROT ROSSINI	1 contratto precedente
BOWLS AND MORE	1 contratto precedente
BURGER KING	5 contratti
♦ **VIALE JENNER, MILANO**	
♦ 4 contratti precedente	
C HOUSE	1 contratto precedente
C HOUSE BACKERY CAFÈ	1 contratto precedente
CABARET	1 contratto precedente
CAFFÈ MAURO	1 contratto precedente
CAKE LAB	1 contratto precedente
CALAVERA	2 contratti precedenti
CAMPARINO	1 contratto
♦ **MILANO**	
CAPATOAST	2 contratti
♦ **CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)**	
♦ 1 contratto precedente	
CHIANCHERIA GOURMET ROMA	1 contratto precedente
CIOCCOLATITALIANI	1 contratto
♦ **CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)**	
CIRFOOD	4 contratti
♦ **KALAMARO PIADINARO, CC I GIGLI, FIRENZE**	
♦ 3 contratti precedenti	
COCO LOCO	1 contratto precedente
CROSTA	1 contratto precedente
DA ZERO	1 contratto precedente
DISPENSA EMILIA	1 contratto
♦ **CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)**	
DOPPIO MALTO	1 contratto precedente
♦ **CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)**	
♦ 1 contratto precedente	
DUSSMANN SERVICE	1 contratto precedente
EL PATIO DEL GAUCHO	1 contratto
♦ **CO HOTEL SHERATON MILANO SAN SIRO, MILANO**	
EMOZIONI D'ITALIA	1 contratto precedente
FANCYTOAST	1 contratto precedente
FC RETAIL	1 contratto precedente
FRAM	1 contratto
♦ **CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)**	
FRATELLI LA BUFALA	1 contratto
♦ **VIALE MONTENERO, MILANO**	
FITTO DIVINO	1 contratto
♦ **CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)**	
GEORGE	1 contratto precedente
GIOLINA	1 contratto precedente
GLACÉ SWEET CONCEPT	1 contratto precedente
GRUPPO OD STORE	1 contratto precedente
GUGLIELMO VUOLO	1 contratto precedente
HEALTHY COLORS	1 contratto

Ristorazione commerciale

♦ CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)	
I RAGAZZI DELL'ÉTOILE	1 contratto precedente
IN FUCINA	1 contratto precedente
INALCA	1 contratto precedente
JOHNNY ROCKETS	1 contratto
♦ CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)	
JUNSEI SUSHI BAR	1 contratto
KFC	9 contratti
♦ CC CURNO SHOPPING CENTER (BG) ♦ 8 contratti precedenti	
LA GROTTA	1 contratto precedente
LA PIADINERIA	1 contratto
♦ CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)	
LEGAMI	1 contratto precedente
LIEVITO MADRE	1 contratto precedente
LÖWENGRUBE	1 contratto precedente
LUCA GUELFI COMPANY	1 contratto
♦ OYSTER BAR, MILANO	
MAINARDI BACKERY	1 contratto
♦ CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)	
MANZONI	1 contratto precedente
MARIGOLD – RESTAURANT & MICRO BAKERY	1 contratto precedente
MÀS MEXICO	1 contratto
♦ CC CURNO SHOPPING CENTER (BG)	
MCDONALD'S	5 contratti
♦ BUSSOLENGO (VR) ♦ PIACENZA ♦ 3 contratti precedenti	
MEATER	1 contratto precedente
MEDITERRANEUM	1 contratto precedente
MERCATO CENTRALE	1 contratto precedente
MONDADORI STORE	1 contratto precedente
MUU MUZZARELLA	1 contratto precedente
N10	1 contratto
♦ MILANO	
NUTS	1 contratto precedente
OLD WILD WEST	2 contratti
♦ CC CURNO SHOPPING CENTER (BG) ♦ 1 contratto precedente	
OUYA	1 contratto precedente
PANINO GIUSTO FIRST FLOOR	1 contratto
PARMA MENÙ	1 contratto precedente
PAUSA	1 contratto precedente
PHIDELIO	1 contratto
♦ TORINO	
PIZZAMI	1 contratto precedente
PIZZIUM	1 contratto precedente
PIZZOTTELLA	1 contratto precedente
POKE HOUSE	1 contratto precedente
ROADHOUSE RESTAURANT	12 contratti precedenti
ROSSOPOMODORO	6 contratti
♦ CC CURNO SHOPPING CENTER (BG) ♦ 5 contratti precedenti	
SAPORE DI MARE	1 contratto precedente
SCABEAT	1 contratto
♦ MERCATO CENTRALE ROMA	
SIGNORVINO	2 contratti
♦ CC CURNO SHOPPING CENTER (BG) ♦ 1 contratti precedenti	
SIRIO	1 contratto precedente
♦ CIOCCOLATITALIANI, CC CURNO SHOPPING CENTER (BG) ♦ 1 contratto precedente	
SMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente
STARBUCKS	1 contratto
♦ TORINO	
SURGITAL	1 contratto precedente
SUSHI SUN	1 contratto
♦ ROMA MAGLIANA	
TANDEM	1 contratto precedente
THEDINNER	1 contratto precedente
TBSP RESTAURANT	1 contratto precedente
TOKI	1 contratto precedente
TOMATILLO	1 contratto precedente
TREEBAR	1 contratto precedente
VALHALLA	1 contratto precedente
VERO CAFFÈ	1 contratto precedente
WELLDONE BURGER	1 contratto precedente
YO YOGURT	1 contratto precedente

Siti in Concessione

ALICE PIZZA	1 contratto precedente
AUTOGRILL	1 contratto precedente
BRUT SRL	1 contratto precedente
CAMST	1 contratto precedente
CEROGI CATERING E SERVICE DI SANSUINI ANGELO	1 contratto
CIRFOOD	1 contratto precedente
CO.D.A.S SOC. COP.	2 contratti precedenti
DISPENSA EMILIA	1 contratto precedente
EFFECONQUE SRL	1 contratto precedente
EP SPA	1 contratto precedente
FABBRO	3 contratti precedenti
FALCHI SRL	1 contratto precedente
FOOD SERVICE	2 contratti
INNOVA SPA	1 contratto
UNIVERSITÀ DI TOR VERGATA, ROMA	
KFC	1 contratto precedente
LA ROMANA SOCIETÀ COOPERATIVA	1 contratto
MOG	12 contratti precedenti
MYCHEF-AREAS	2 contratti precedenti
PANDA CATERING S.R.L.	1 contratto
SEGAFREDO ZANETTI ESPRESSO	1 contratto precedente
SIRIO	12 contratti
SODEXO	4 contratti precedenti
STARBUCKS	1 contratto precedente
WORKEAT	1 contratto precedente

Ristorazione commerciale

Buoni pasto per Imprese e Società private	
Edenred	3 contratti precedenti

Buoni pasto per Enti Pubblici	
DAY RISTOSERVICE	8 contratti precedenti
EDENRED	4 contratti precedenti
EP	1 contratto precedente
REPAS LUNCH COUPON	3 contratti precedenti
SODEXO MOTIVATION SOLUTIONS ITALIA SRL	6 contratti precedenti

Buoni pasto elettronici e card	
BLUBE	3 contratti precedenti
DAY RISTOSERVICE	3 contratti precedenti
EDENRED	12 contratti

♦ **AEB SPA**
♦ **ACEA PINEROLESE INDUSTRIALE S.P.A., PINEROLO (TO)**
♦ 10 contratti precedenti

Vending	
Deltavending	1 contratto

♦ **AZIENDA USL DI BOLOGNA, VENDING MACHINE**

Contratti monitorati al 31 ottobre 2019

I Segmenti della ristorazione moderna	
Case di cura, cliniche, ospedali	7
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	27
Totale Ristorazione Collettiva	**34**
Forze armate e corpi militarizzati	11
Ristoranti aziendali ed interaziendali	29
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	**40**
Scuole private ed Università	14
Scuole pubbliche	264
Totale Ristorazione Scolastica	**278**
Esercizi urbani e centri commerciali	111
Esercizi in concessione	54
Totale Ristorazione Commerciale	**165**
Imprese e società private	3
Enti pubblici	7
Buoni pasto elettronici e card	16
Totale Buoni pasto	**26**
Totale contratti monitorati	**544**

Società monitorate al 31 ottobre 2019

1	4 STELLE	
2	A&C PRIVATE	
3	AL MERCANTE	
4	ALICE PIZZA	
5	AMOR	
6	ARCOBALENO SERVIZI & SERVIZI SOC.COOP.	
7	AUTOGRILL	Food Stop
8	BEATRICE SOC. COOP.	
9	BEFED	
10	BERBERÈ	
11	BLUELINE SOC. COOP. SOC	
12	BIOESSERÌ	
13	BIORISTORO ITALIA	
14	BOWLS AND MORE	
15	BRIN MENSEGESTIONE RIST. COLLETTIVA	
16	BRUT	Caffè Concerto
17	BURGER KING	
18	C HOUSE	C House Backery Cafè
19	CABARET	
20	CAFFÈ MAURO	Bar del Porto
21	CAMPARINO	
22	CAMST	
23	CAPITAL	
24	CARIBÙ CATERING	
25	CATERING	
26	CEROGI CATERING E SERVICE DI SANSUINI ANGELO	

N.	Società	Brand
27	CHIANCHERIA GOURMET ROMA	
28	CILENTO MENSE	
29	CIMAS	
30	CIRFOOD	BluBe, RED
31	CO.D.A.S SOC. COP.	
32	CO.RI.SAR	
33	COMPASS GROUP	
34	COOPERATIVA AVVENIRE SOC. COOP. ONLUS	
35	COOPERATIVA DI LAVORO E SOLIDARIETÀ E LAVORO SOC. COOP	
36	COOPERATIVA LA PESCHIERA	
37	COSELP	
38	CROSTA	
39	DA ZERO	
40	DAY RISTOSERVICE	
41	DISPENSA EMILIA	
42	DOM.PLA.	
43	DUSSMANN SERVICE	
44	EL PATIO DEL GAUCHO	
45	ELIOR	
46	E.P.	
47	EFFECONQUE	
48	EURORISTORAZIONE	
49	EUTOURIST NEW	
50	FA.MA	
51	FALCHI	
52	FAM	
53	FANCYTOAST	
54	FC RETAIL	RED
55	FOOD SERVICE	
56	FORMULA SERVIZI SOC. COOP.	
57	FRATELLI LA BUFALA	
58	FRESCO	
59	FRITTO DIVINO	
60	G.M.I. SERVIZI	
61	GAM	
62	GEORGE	
63	GEMEAZ ELIOR	
64	GEMOS SOC. COOP.	
65	GESTIONE SERVIZI INTEGRATI	
66	GFI FOOD	
67	GIOLINA	
68	GLACÉ SWEET CONCEPT	
69	GLOBAL SERVICE	
70	GRUPPO ARGENTA	
71	GRUPPO GALLI	TBSP Restaurant
72	GRUPPO OD STORE	
73	GUGLIELMO VUOLO	
74	GUSTO E CO. SOCIETÀ COOPERATIVA	
75	GUSTOLANDIA	
76	HEALTHY COLORS	
77	HOSTARIA DA MASSIMO	
78	I RAGAZZI DELL'ÉTOILE	
79	IN FUCINA	
80	INALCA	Tina Gran Dispensa
81	INCONTRO SOC. COOP. SOC	
82	INNOVA SPA	
83	IRIS SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	
84	ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI	
85	ITALIA CHEF	
86	JOHNNY ROCKETS	
87	JUNSEI SUSHI BAR	
88	KFC	
89	KLAS SERVICES	
90	LA CASCINA GLOBAL SERVICE	Vivenda
91	LA FENICE	
92	LA GROTTA DI SERGIO VARVARA	
93	LA MEDITERRANEA SOC. COP	
94	LA QUERCIA COOPERATIVA SOCIALE	
95	LA ROMANA SOCIETÀ COOPERATIVA	
96	LADISA	
97	LARIUS SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	
98	LEGAMI	
99	LIEVITO MADRE	
100	LUCA GUELFI COMPANY	Oyster bar
101	MAINARDI BACKERY	
102	MÀS MEXICO	
103	MCDONALD'S	
104	ME.CA	
105	MEATERS	
106	MEDITERRANEUM	
107	MERCATO CENTRALE	
108	MOG	
109	MONDADORI STORE	
110	MYCHEF-AREAS	
111	N10	
112	MUU MUZZARELLA	
113	NENÈ SERVICE	
114	NUTS	
115	NOI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	
116	OUYA	
117	PANDA CATERING	
118	PANINO GIUSTO FIRST FLOOR	
119	PARMA MENÙ	
120	PAP	
121	PASTORE	
122	PAUSA	
123	PEDEVILLA	
124	PHIDELIO	
125	PIZZAMI	
126	POKE HOUSE	
127	PRONTO CHEF999	
128	PROGETTO 200 SOC. COOP. SOC.	
129	PUNTO RISTORAZIONE	
130	RAG. PIETRO GUARNIERI FIGLI	
131	REPAS LUNCH COUPON	
132	RI.CA	
133	RISTORAZIONE DI GIULIA BARBERO & C.S.A.S.	
134	RISTO 3	
135	RISTO.SI.	
136	RISTOR PLUS	
137	ROADHOUSE RESTAURANT	Calavera Fresh
138	ROSSINI BISTROT	
139	S.L.E.M.	
140	S. LUCIA SOC.COOP.SOC. DI SOLID. ONLUS	
141	SACCO GIUSEPPE	
142	SAGIFI	
143	SAPORE DI MARE	
144	SAPORI CAMPANI	
145	SEBETO	Rossopomodoro
146	SCABEAT	
147	SCAMAR	
148	SEGAFREDO ZANETTI ESPRESSO	Panicunzatu
149	SERCAR RISTORAZIONE COLLETTIVA	
150	SERENISSIMA RISTORAZIONE	
151	SERIM	
152	SIGNORVINO	
153	SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	
154	SIRIO	Zako
155	SMA RISTORAZIONE	
156	SMA	
157	SOC.MEDITERANNEA SUD RISTORAZIONE	
158	SOCIETÀ COOPERATIVA DOLCE	
159	SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE PROGETTO 2000	
160	SODEXO	
161	SODEXO MOTIVATION SOLUTIONS ITALIA	
162	SPONTINI HOLDING	Spontini, Tomatillo
163	STARBUCKS	
164	SURGITAL	Ca' Pelletti
165	SUSHI SUN	
166	TANDEM	
167	THE MODE	TheDinner
168	TOM DIXON	Manzoni
169	TOKI	
170	TORTORA	
171	TREEBAR	
172	TURRINI RISTORAZIONE	
173	TUTTIGIORNI	
174	VALHALLA	
175	VEGEZIO	
176	VERO CAFFÈ	
177	VICOOK	
178	VILLA PERLA SOC. COOP	
179	VOLPI PIETRO SRL	
180	WELLDONE BURGER	
181	WORKEAT	
182	YO YOGURT	

15-16 GENNAIO
MARCA
Mostra convegno dedicata al mondo della marca commerciale
Bologna Fiere, Bologna,
Italia
segreteria.generale@bolognafiere.it
www.bolognafiere.it

18-22 GENNAIO
SIGEP
Salone internazionale di gelateria, pasticceria e panificazione artigianali
Rimini Fiera, Rimini
Italia
Rimini Fiera spa
centralino@riminifiera.it
fierarimini@riminifiera.it
www.riminifiera.it

19-21 GENNAIO
WINTER FANCY FOOD SHOW
Salone invernale delle specialità alimentari
The Moscone Center, San Francisco
Stati Uniti
Rimini Fiera Spa
fierarimini@riminifiera.it
www.riminifiera.it

23-25 GENNAIO
FOOD HOSPITALITY WORLD
Salone internazionale dell'alimentazione e dell'ospitalità
BKC, Mumbai
India
Fiera Milano
valentina.florio@fieramilano.it
www.fhwexpo.com

2-5 FEBBRAIO
EXPO RIVA HOTEL
Salone professionale dell'industria dell'ospitalità e della ristorazione
Fierecongressi, Riva del Garda
Italia
Riva del Garda Fierecongressi Spa
info@exporivahotel.it
www.exporivahotel.it
www.fhwexpo.com

12-15 FEBBRAIO
BIOFACH
Fiera internazionale specializzata in prodotti biologici
NürnbergMesse, Norimberga
Germania
Messezentrum
info@nuernbergmesse.de
www.nuernbergmesse.de

15-18 FEBBRAIO
BEER ATTRACTION
Evento dedicato al mondo della birra e del food da abbinare alla birra
Rimini Fiera, Rimini,
Italia
Rimini Fiera spa
centralino@riminifiera.it
fierarimini@riminifiera.it
www.riminifiera.it

16-20 FEBBRAIO
GULFOOD
Salone internazionale del food & beverage e delle attrezzature per la ristorazione
DICEC, Dubai
Emirati Arabi
DWTC
info@dwtc.com
www.dwtc.com

18-21 FEBBRAIO
HCJ2020
Salone internazionale della ristorazione, del catering e dell'ospitalità
Tokyo Big Sight, Tokyo
Giappone
JMA
convention@jma.or.jp
www.jma.or.jp/convention/en

26-28 FEBBRAIO
CATEX
Salone della ristorazione
RDS,
Dublino,
Irlanda
EventHaus Ltd.
info@eventhaus.ie
www.eventhaus.ie

UNOX inventa EVEREO®, il 'frigo caldo' e presenta il sistema MULTI.Day

La nuova tecnologia integrata di **Unox** permette di conservare cibo cotto, mantenendolo caldo e in totale sicurezza alimentare fino a 72 ore

Per conservare correttamente il cibo è necessario governare 3 fattori principali: *sicurezza alimentare, consistenza del cibo e gusto*».

In fatto di *sicurezza alimentare*, la conservazione del cibo a caldo è molto più sicura rispetto al cibo conservato attraverso la catena del freddo, in quanto, non si limita a rallentare o a bloccare la proliferazione batterica, le temperature superiori ai 58°C la eliminano completamente. Per quanto riguarda la garanzia di mantenere i cibi alla *giusta consistenza*, come fossero appena cotti, è necessario un controllo meticoloso della temperatura fino a raggiungere la soglia di precisione del decimo di Grado, caratteristica primaria di **EVEREO®**, il mantenitore ad alta temperatura per alimenti che conserva i cibi alla temperatura a cui si desidera servirli.

Per poter conservare anche il gusto e gli aromi senza raffreddare il cibo, UNOX ha creato **MULTI.Day Hot Vacuum**, il primo e unico sistema in grado di sigillare sottovuoto cibo appena cotto, ancora caldo.

Unox ha superato la criticità ribaltando il concetto di vuoto non aspirando, ma generando una depressione localizzata, sfruttando l'uscita ad alta velocità dell'aria compressa attraverso un ugello calibrato.

www.unox.com/it_it/

Scarti alimentari nell'impianto di scarico? Problema risolto

Il filtro degli scarti alimentari **Mechline** è l'alleato del personale di cucina per impedire l'ingresso dei frammenti di scarti alimentari nell'impianto di scarico. In tal modo si prevengono gli ingorghi e si prolungano gli intervalli di manutenzione di degrassatori/separatori dei grassi. Il filtro degli scarti alimentari, inseribile perfettamente e saldamente nelle vaschette dei lavandini commerciali di dimensioni standard [600 x 450 mm], cattura i frammenti di cibo risciacquati dai piatti sporchi e ne impedisce l'ingresso nell'impianto di scarico. Dotato di un bordo con guarnizione in gomma e di angoli rialzati sul lato anteriore, il filtro degli scarti alimentari guida i frammenti di cibo nel cestello integrato, che può essere facilmente rimosso e svuotato in un digestore o contenitore della frazione umida. Niente più disordine nel lavandino per il personale della cucina! Anche l'intero sistema è facile da rimuovere per consentirne la pulizia periodica nella lavastoviglie, in modo da mantenere le buone pratiche igieniche.

www.mechline.com

Il nuovo Viva firmato Tecnoarredamenti

Tecnoarredamenti, azienda specializzata nella progettazione e realizzazione di spazi di vendita nel settore food-retail, ha realizzato il nuovo locale di **Viva** in centro a Milano, il format di natural fast food & take away pensato per pranzi, spuntini veloci e momenti della giornata all'insegna del buono fresco e naturale. Tecnoarredamenti leader nei settori in cui opera, con il suo dipartimento creativo t-studio, è da sempre apprezzata per la sua capacità di ideare nuovi format commerciali caratterizzati da elevati standard qualitativi e tecnologici che rispondono al meglio a tutte le esigenze di design del settore, affiancando il proprio cliente nello sviluppo e nella realizzazione di un'idea originale e di successo.

Un esempio è proprio Viva, un'oasi di benessere in formato urbano, un locale non solo per vegani o vegetariani, ma un vero e proprio paradiso adatto a tutti, dove poter fare il pieno di vitamine senza rinunciare al gusto.

Si tratta di un locale di grande impatto con un'atmosfera decisamente suggestiva realizzato con materiali rigorosamente naturali, il tutto ambientato nel verde.

www.tecnoarredamenti.com/ita/

tecnoarredamenti
t-studio

Il FryTop che conviene

Quante volte l'espressione "*La piastra cromata del frytop mi fa impazzire!*" identifica il lavorare con un FryTop che crea problemi?
Il punto debole è la piastra. Esistono FryTop con piastra liscia o rigata, in Ferro, Cromata o in Acciaio Compound. Se il Ferro è duttile, il costo è basso, ma la pulizia è costante e dispendiosa, se non complicatissima e l'ossidazione è sempre in agguato. Nelle piastre cromate la situazione migliora, ma la superficie delicata costringe alla delicatezza d'uso, a non poter lavorare, battere, tagliare, a rischio la rigatura della cromatura, che inizia a sfaldarsi con le conseguenze sulla sanità del cibo. Il costo è maggiore del Ferro, ma la fatica per mantenere l'efficienza è notevole. Infine c'è l'acciaio compound AISI 316L+Fe, costoso, che migliora efficacia, ma limita l'uso solo per piastra liscia, dato che non è possibile la versione rigata. In queste situazioni di criticità arriva la novità capace di risolvere tutti i problemi, anche quelli economici: "**SuperChrom**" di **Lotus SpA** risolve tutti i limiti dei normali frytop cromati: di usabilità, durata, taglio, pulizia, calore e rigatura.
Nuovo e originale è il sistema di cromatura brevettato, di finitura opaca, che permette ottima lavorabilità sia sul liscio che sul rigato, come fosse acciaio compound, e ha ottenuto l'esclusiva certificazione Moca a livello sanitario. Lotus, Italian Culinary Art!

LOTUS
ITALIAN CULINARY ART

www.lotuscookers.it

FREEBEVERAGE®: scegli il tuo benessere e quello del pianeta!

Il servizio **Freebeverage®**, applicato attualmente in oltre 120.000.000 di pasti annui nella ristorazione italiana, è la soluzione che permette di adeguarsi alle nuove normative Plastic Free.
Il Freebeverage®, oltre ai suoi grandi vantaggi ambientali legati all'eliminazione di acqua e bevande confezionate (nell'ultimo anno sono state evitate 4.500 tonnellate di rifiuti e 180.000 tonnellate di trasporti), si caratterizza sempre di più come un servizio di qualità anche sul fronte delle bevande: innovative, gradevoli, originali, naturali, salutistiche, sostenibili.
Gli utenti finali sono sempre più sensibili, interessati e attenti al tema della salute e del benessere. Le nuove gamme introdotte da io bevo® sono caratterizzate da questo tema: poche calorie, ingredienti naturali, originalità, materie prime fortemente connotate rispetto alle loro proprietà benefiche. Senza dimenticare naturalmente la gradevolezza!

- VEG&FRUIT verdure e frutta al 100%
- VEGAN MIX mix frutta e spezie
- PLANT WATER wellness natural drink
- BEVISANO succhi e bevande con aloe
- SALUTÈ bevande a base di tè e infusi naturali

www.iobevo.com - www.ioplasticfree.com

Forni&Abbattitori SkyLine: una perfetta sinergia Cook&Chill

SkyLine è la nuova gamma di Forni e Abbattitori di **Electrolux Professional**, nata dall'esperienza di oltre 40 anni nel settore. Queste soluzioni, lavorando in sinergia, ridisegnano il processo "cottura-abbattimento-rigenerazione" e sono destinate a rivoluzionare il modo di lavorare nelle cucine professionali. Due sistemi, un forno e un abbattitore, perfettamente sincronizzati, in totale comunicazione tra loro e che condividono lo stesso linguaggio e la stessa interfaccia touch, semplice e intuitiva: è **SkyDuo**, il binomio perfetto unico al mondo. Semplicemente premendo un tasto, si sincronizza l'abbattitore al forno SkyLine così che quest'ultimo vada automaticamente in preriscaldo per essere pronto a cucinare. In questo modo vengono azzerati i tempi morti di preparazione dell'intero sistema, si ha una migliore pianificazione del lavoro in cucin, un prolungamento della durata di conservazione dei cibi ed una qualità del prodotto servito senza compromessi. Con questa nuova gamma SkyLine non si parla più di forni o abbattitori, ma di sistemi di lavoro completi che aiutano a rendere il business più semplice e profittevole.

Electrolux

www.professional.electrolux.it

Tecnocombi: allevia la fatica quotidiana dello chef

I forni combinati elettrici e a gas **Tecnocombi**, **Tecnobake** e **Tecnodual**, dal 2011 sono uno dei best seller di Tecnoinox per affidabilità e ottimo rapporto qualità/prezzo.
Oggi sono ridisegnati da Marc Sadler allo scopo di soddisfare le esigenze di facilità d'uso, ripetibilità dei successi e risparmio di tempo.
Tecnoinox, confrontandosi con chef di tutto il mondo, ha appreso che questi tre temi sono fondamentali per alleviare lo stress di chi lavora in cucina.
Tecnocombi è pensato per la ristorazione e la gastronomia. Si caratterizza per la grande libertà e precisione nella definizione dei parametri di cottura e per la facile ripetibilità dei successi. *Tecnobake* è dedicato alla panificazione e pasticceria nella ristorazione e nei punti vendita. È apprezzato per la precisione e l'uniformità di cottura, garantita da ventole gestite da un inverter. Particolare attenzione merita *Tecnodual*, capace di gestire sia teglie GN1/1 sia teglie per pasticceria (60x40cm). È perfetto per chi voglia, in un unico forno, cuocere preparazioni per il proprio menu e anche il cestino del pane o le basi per i dessert.
Tecnocombi, Tecnobake e Tecnodual dispongono di modelli completi di lavaggio automatico e sonda al cuore. Disponibili nelle versioni con comando digitale o manuale, sono strumenti di cottura progettati e costruiti con cura per garantire affidabilità, soprattutto nei momenti di massimo carico di lavoro.

www.tecnoinox.it

Il primo abbattitore connesso. By Irinox

Da **Irinox**, pioniere nell'introdurre i concetti di freddo rapido e conservazione di qualità, nasce oggi FreshCloud, un ambiente cloud che raccoglie tutti i dati di MultiFresh® MyA. **FreshCloud** è uno spazio web in cui poter registrare MultiFresh® MyA e da cui visualizzare in qualsiasi momento e luogo il suo stato di funzionamento, avendo sempre a disposizione un sistema che permette di tenere in ordine e costantemente aggiornato lo storico dei cicli di lavorazione con l'abbattitore e di ricevere automaticamente tutti i report HACCP.
Con FreshCloud è possibile controllare più MultiFresh® MyA e più laboratori contemporaneamente, con la certezza che la produzione sia sempre come è stata pianificata. La WebAPP di Irinox consente infatti di visualizzare e condividere in qualsiasi momento con tutti i collaboratori le informazioni sui processi produttivi in corso nei MultiFresh® MyA, permettendo all'operatore di collegarsi con semplicità dai dispositivi che preferisce, PC, tablet o smartphone.
In un'unica schermata sarà possibile monitorare temperature in cella, al cuore del prodotto, e controllare in tempo reale i cicli in corso di ogni MultiFresh®MyA, anche se collocati in laboratori differenti. FreshCloud regala a ogni professionista la tranquillità di poter verificare in ogni momento il corretto funzionamento dei propri abbattitori e di avere sempre sotto controllo quanto avviene in laboratorio.

www.irinoxprofessional.com

IRINOX
The Freshness Company®

Prevenire è meglio che curare

Corretta pulizia e manutenzione delle vostre attrezzature sono il segreto per la loro lunga durata. I benefici di una pulizia precisa e puntuale sono notevoli: prevenzione della formazione del calcare, risparmio sui costi di decalcificazione, protezione ottimale contro i guasti meccanici. Inoltre garantisce che la camera di cottura e tutti gli altri componenti che entrano in contatto con acqua e vapore siano puliti igienicamente. In questo modo anche i risultati di cottura saranno migliori e i vostri piatti sempre perfetti. E se pulire le attrezzature di cucina non è sempre facile, con **SelfCookingCenter®** dotato di Efficient CareControl, la pulizia diventa davvero semplice: il corretto quantitativo di detergente e la frequenza di lavaggio ve li indica l'unità stessa; le compresse sono facili da inserire e pronte all'uso. Il processo di pulizia e decalcificazione è automatico e può essere effettuato anche senza sorveglianza durante la notte. Tutto quello che dovete fare è seguire le indicazioni della vostra unità, senza preoccuparvi di altro.

www.rational-online.com

ALIMENTI SENZA GLUTINE

Dr Schär
Foodservice

Dr. Schär S.p.A.
Winkelau 9 - 39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.drschaer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE

Augusto S.r.l.
Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5 - 60035 Jesi (AN)
Tel. + 39 0731 288021 - Fax + 39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com

Costa Group
Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309 - Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net - www.costagroup.net

IdeaFood
Via Vallona 66 – 33170 Pordenone – Italia
Tel. Sonia Pistello +39 392 7189250
Tel. Valentino Redivo +39 340 5673553
info@showfoodsystem.com
www.showfoodsystem.it

People-centric innovation

IFI S.p.A.
Divisione Contract
Strada Provinciale Feltresca 70 - 61010 Rio Salso (PU)
Tel. +39 0721 905281
info@ifi.it - www.ifi.it

Spazio Futuro
Via Carlo Bazzi, 49 - 20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

tecnoarredamenti
t-studio

Tecnoarredamenti
Via Cimon de' Furlani, 1 - 33081 Aviano - (PN) - Italia
Tel. +39 0434 676511 - Fax +39 0434 651069
info@tecnoarredamenti.com - www.tecnoarredamenti.com

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM
Associazione Imprese Grande Ristorazione Multilocalizzate

AIGRIM
Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano
Tel. +39 02 38292046 - segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma

Angem
Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537 - Fax +39 02 76280761
info@angem.it - www.angem.it

ANSEB
Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921 - Fax +39 06 5818682
info@anseb.com - www.anseb.it

CNCC
Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120 - Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it

Efcem Italia
Via Matteo Bandello, 5 - 20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it

FIPE
Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921 - Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it

legacoop
PRODUZIONE & SERVIZI

Legacoop
Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. + 39 329 0351621 - Tel. + 39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI

Aiuta l'ambiente

General Beverage S.r.l.
Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto
54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA

BioRistoro Italia S.r.l.
Via Benedetto Stay, 49 - 00143 Roma
Tel. +39 06 5030933
Fax +39 06 51530272
posta@bioristoroitalia.it
www.bioristoroitalia.it

Camst
Via Tosarelli, 318
40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camst.it

CIRFOOD
Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com

Compass Group Italia S.p.A.
Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

Elior Ristorazione S.p.A.
Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it

Gemeaz
elior

Gemeaz Elior S.p.A.
Via Privata Venezia Giulia, 5/A 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
infogemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it

I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.
Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com

Ladisa S.p.A.
Via Guglielmo Lindemann, 5/3 – 5/4
Zona Asi - 70132 Bari
Tel. +39 080 8682111
Fax +39 080 5313357
info@ladisaristorazione.com
www.ladisaristorazione.it

Markas S.r.l.
Via Macello, 61
39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
info@markas.it
www.markas.com

Pellegrini

Pellegrini S.p.A.
Via Lorenteggio, 255
20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1
Fax +39 02 89125922
www.gruppopellegrini.it

Serenissima Ristorazione S.p.A.
Via della Scienza, 26/A
36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400
Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it

Sodexo Italia S.p.A.
Via Fratelli Gracchi, 36
20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1 - Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE

Autogrill S.p.A.
Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com

Burger King Restaurants Italia S.r.l.
Strada 1, Palazzo F4
Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it
www.burgerking.it

Chef Express S.p.A.
Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711 - Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it

CIRFOOD
Via Nobel, 19
42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
drc@cirfood.com - www.cirfood.com

MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.
Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Edificio E - Ala 2
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951
Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com
www.it.areas.com

Roadhouse Grill Italia S.r.l.
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811
Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it

Sirio S.p.A.
Via Filippo Re, 43-45
48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414
Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO

BluBe
Largo Donegani, 2
20121 Milano
Tel. +39 02 3454191
Fax +39 02 34541955
www.blube.it

Yes Ticket S.r.l.
Sede legale:
Via Quintino Sella, 3
20121 Milano

Sede operativa:
Via Ippolito Rosellini, 12
20124 Milano
Tel. +39 02 87178975
Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it - www.yes-ticket.it

Ticket Restaurant
Edenred Italia S.r.l.
Via Giovanni Battista Pirelli, 18
20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARNI DI PREGIO

Eat Meat S.r.l.
Via A.Moro, 6/a/b/c
41051 Castelnuovo R. (MO)
Tel. +39 059 535000 - Fax +39 059 5331291
info@eatmeat.it - www.eatmeat.it

CARRELLI TERMICI

Rational Production S.r.l.
Via L. Galvani, 7/H - 24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203
Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com - www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO

Dac S.p.A.
Via G. Marconi, 15 - 25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211
Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu - www.gruppodac.eu

Marr S.p.A.
Via Spagna, 20 - 47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111
Fax +39 0541 742422
www.marr.it

METRO

METRO Italia Cash and Carry S.p.A.
Via XXV Aprile, 25
20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it - www.metro.it

Rossi Giants S.r.l.
Sede legale ed amministrativa:
Via S. Antonio, 37/39 - 36030 Costabissara (VI)

Sede operativa e deposito:
Via Lago d'Iseo, 22 - 36077 Tavernelle di Altavilla Vicentina (VI)
Tel. +39 0444 573025 - Fax +39 0444 371552
info@rossicatering.it

CONSULENZE

Progetta sc
Via Lodovico il Moro, 159 - 20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it

CUCINE PROFESSIONALI

Ali Group S.r.l.
Via Gobetti 2a - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991
Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it
www.aligroup.it

Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.
s/s Romana Sud, 90
41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411
Fax +39 059 642499
www.angelopo.it

Berto's S.p.A.
Viale Spagna, 12 - 35020 Tribano (PD)
Tel. +39 049 9588700
Fax +39 049 9588799
bertos@bertos.com - www.bertos.com

Electrolux Professional S.p.A.
V.le Treviso, 15 - 33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electrolux-professional.com

Irinox S.p.A.
Via Madonna di Loreto, 6/B - 31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinox@irinox.com - www.irinox.com

Lotus S.p.A.
Food Catering Equipment
Via Calmaor, 46
31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020
Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it
www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

Allegrini S.p.A.
Vicolo Salvo D'Acquisto, 2
24050 Grassobbio (BG)
Tel. + 39 035 4242111
Fax + 39 035 526588
info@allegrini.com
www.allegrini.com

DETERGENZA E DISINFEZIONE

Robot Coupe Italia S.r.l.
Via Stelloni Levante, 24/a
40012 Calderara di Reno (BO)
Tel. +39 051 726 810
www.robot-coupe.it

EQUIPMENT

Barilla FoodService
Soluzioni ristorative
Via Mantova, 166
43122 Parma
Numero verde 800388288
www.barillafoodservice.it

FOOD & BEVERAGE

L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA
Conor S.r.l.
Via delle viti 5
40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111
Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it

Cupiello
Riviera di Chiaia, 215 - 80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816
Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com
www.cupiello.com

INALCA S.p.A.
Via Spilamberto, 30/c
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111
Fax +39 059 755517
info@inalca.it

OROGEL S.p.A.
Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771
Fax +39 0547 377016
www.orogel.it - info@orogel.it

Surgital S.p.A.
Via Bastia, 16/1
48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328
Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it - www.surgital.com

FORNI

LAINOX Ali Group S.r.l.
Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it

Rational Italia S.r.l.
Via Impastato, 22
30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it
www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE

Five Services
Via G. Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com
www.fiveservices.com

S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.
Via Campo dei Fiori, 13
20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200
Fax +39 02 37074208
sds@gruppsds.it
www.gruppsds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI

Adriatica Oli S.r.l.
C.da Cavallino, 39
62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080
Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com
www.adriaticaoli.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE

Comenda Ali Group S.r.l.
Via Galileo Galilei, 8
20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1
Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu

Meiko Italia S.r.l.
Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind
10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a.
Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

SERVIZI INTEGRATI

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518
Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE

Axios Informatica S.r.l.
Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546
Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it - www.axiosinformatica.it

Gamba Bruno S.p.A.
Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011
Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it
www.gambabruno.it

Guttadauro Computers & Software S.r.l.
Via F.lli Bandiera, 4
21012 Cassano Magnago (VA)
Tel. +39 0331 729511
Fax +39 0331 280834
Numero verde: 800 009346
info@guttadauro.it - www.guttadauro.it

Mytec S.r.l.
Sede operativa
Via Caravaggio 28/A - 20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com
www.mytec.com

Zucchetti
Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it
www.zucchetti.it

UN ANNO DI

GENNAIO/FEBBRAIO

MARZO

APRILE

MAGGIO

GIUGNO

RISTORANDO

LUGLIO/AGOSTO

SETTEMBRE

OTTOBRE

NOVEMBRE

DICEMBRE

Simple

Di Yotam Ottolenghi
Giunti
€ 39,00

130 nuove ricette che contengono tutti gli elementi creativi e i sapori per cui lo chef anglo-israeliano Yotam Ottolenghi è amato: un connubio di colori, profumi e atmosfere mediterranee per piatti all'insegna del minimo sforzo e massimo gusto!
Brunch, verdure, riso cereali e verdure, noodles e paste, carne, pesce e per finire i dolci. Con ricette che lo chef ritiene siano in grado di semplificare la vita nelle situazioni più disparate.
Un volume colorato, ricco di splendide fotografie e organizzato in modo originale. Le ricette infatti sono contrassegnate con un codice colore e una lettera che ne evidenzia le caratteristiche: S - superveloce; I - 10 ingredienti o meno; M - molto prima; P - presente in dispensa; L - libero... di fare anche altro; E - estremamente facile.
Il volume è coloratissimo con meravigliose immagini full color che rendono la cucina di Ottolenghi accessibile a tutti.
Il volume ha vinto nella categoria Food and Drink del National Book Award 2018.

Le ricette della nonna

Di Newton Compton

€ 5,10

La cucina di una volta, i piatti che fanno tornare bambini tratti dal sito più famoso d'Italia, seguitissimo sul web da oltre un milione di internauti appassionati di cibo, cucina e fornelli! Ma che cos'hanno di speciale le ricette della nonna? Semplice: sono in grado di emozionarci, perché i sapori e gli odori richiamano alla mente ricordi, spesso legati all'infanzia, come le madeleine mangiate da piccolo che scatenavano il genio creative di Proust anni dopo nella Recherche.
Sono ricette speciali ma non per gli ingredienti costosi o per le preparazioni elaborate ma per il loro valore sentimentale, per il modo autentico in cui si lavorano gli impasti, si sorveglia il sugo o si dosano le quantità a occhio, con antica esperienza.
Senza fretta e con tanto amore. Questo libro è una raccolta di ricette di cucina tradizionale, spiegate in modo chiaro e diretto senza tralasciare i trucchetti – di una nonna con il grembiule e le mani infarinate – che danno vita alla "magia" della cucina in famiglia.

elior

Gemeaz
elior